

# MARKETING Y RR.HH.

SKU: EVOL-3542-VNO-B | Categorías: [COMERCIO Y MARKETING](#), [Comercio y Marketing](#), [Marketing](#), [Publicidad y Comunicación](#)

## INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [200](#)

Créditos ECTS [0](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

## MARKETING Y RR.HH.

### Objetivos

- Comprender la dirección de Recursos Humanos de manera estratégica para la gestión competente y exitosa de cualquier empresa.
- Profundizar sobre la transformación de un enfoque administrativo y cortoplacista a un enfoque de gestión del talento y orientado al futuro de la organización.
- Conocer los diferentes pasos y variables a tener en cuenta para una óptima planificación de plantilla.
- Conocer los beneficios de realizar un análisis de descripción de puestos de trabajo en una empresa.
- Desarrollar el proceso y los elementos a tener en cuenta en una descripción de puestos de trabajo.
- Conocer los procesos de evaluación y selección de personal y comprender su relevancia en la estrategia de Recursos Humanos.
- Ampliar conocimientos sobre las diferentes técnicas y vías para evaluar y presentar una candidatura.
- Profundizar sobre el enfoque de evaluación y selección por competencias.
- Entender la formación como un medio para conseguir los objetivos de una organización y mejorar el clima y la motivación de los trabajadores.
- Profundizar sobre como la formación y el desarrollo de personal puede ser una herramienta para actualizar los conocimientos y el perfil de los trabajadores y orientar a los nuevos.
- Definir la gestión de carreras y el potencial del personal en una organización.
- Saber cómo diseñar, financiar y planificar un plan de formación en la empresa.
- Conocer cuáles son las últimas tendencias en formación.
- Indagar sobre qué aspectos debemos tener en cuenta en una política retributiva.
- Conocer los diferentes conceptos retributivos y tipos de retribución.
- Profundizar sobre los diferentes criterios que tienen las organizaciones para retribuir a sus trabajadores.
- Tener como referente la evaluación del desempeño como herramienta para definir la retribución del trabajador.



- Conocer el ciclo motivacional y cómo influyen las diferentes variables en la motivación y satisfacción de las personas, así como en la productividad de la empresa.
- Profundizar sobre las teorías motivacionales más predominantes e influyentes.
- Conocer los mecanismos y claves que pueden utilizar las organizaciones y sus líderes para motivar.
- Saber la relación existente entre retribución y motivación.
- Entender que el intraemprendedor es el nivel máximo de motivación en una empresa.
- Conocer la diferencia entre informar y comunicar.
- Profundizar sobre los diferentes tipos de comunicación en una organización.
- Gestionar el conocimiento como ventaja competitiva.
- Conocer el procedimiento a seguir para diseñar y estructurar una organización.
- Gestionar proyectos como una manera óptima y actual de organizar una empresa y su trabajo.
- Entender qué es la cultura de una compañía y como adaptarla a los cambios
- Conocer los fundamentos e importancia del liderazgo a nivel organizacional.
- Distinguir un equipo y de un grupo.
- Comprender la relación entre una gestión de éxito y el estilo directivo empleado.
- Mejorar el estilo de dirección propio.
- Conocer en qué consiste un cambio organizativo y cómo puede ser.
- Prever las resistencias al cambio que pueden surgir de cada persona y de la organización.
- Planificar un cambio organizativo.
- Aprender las exactas dimensiones del conflicto en el entorno empresarial.
- Distinguir entre conflictos funcionales y disfuncionales
- Usar las características de cada conflicto para intentar resolverlo.
- Conocer las barreras que impiden la comunicación
- Diferenciar conceptos claves de la comunicación interpersonal e intrapersonal.
- Profundizar en las habilidades superiores de comunicación
- Conocer el concepto básico de Marketing así como sus necesidades.
- Aprender a gestionar el Marketing y su entorno.
- Identificar en qué consiste el Marketing Mix.
- Comprender al público como pilar fundamental del Marketing.
- Establecer cómo se comporta el consumidor
- Identificar como se divide el mercado
- Conocer qué es la Responsabilidad Social Corporativa y a qué conceptos se asocia
- Analizar los distintos ámbitos de la Responsabilidad Social Corporativa.
- Comprender las distintas estrategias que toman las empresas en el ámbito de la RSC.
- Identificar la distinta normativa relacionada con la RSC
- Identificar las distintas fases de gestión que se tienen sobre la RSC.
- Comprender los pasos a realizar para conocer los resultados de una estrategia de RSC
- Asimilar como realizar un plan de Responsabilidad Social Corporativa
- Identificar los tipos de comunicaciones en la empresa en relación a la RSC
- Analizar la tipología de indicadores que se tienen sobre la RSC
- Identificar los grupos de interés como elementos fundamentales en las estrategias de la Responsabilidad Social Corporativa
- Diferenciar los distintos tipos de marketing en internet, tales como el marketing OnetoOne, de permiso, de atracción, de retención y de recomendación.



- Identificar y analizar al usuario para poder adaptar el producto o el servicio.
- Conocer las estrategias CRM y las ventajas del marketing digital.
- Conocer las estrategias de marketing digital y los distintos tipos de comercio electrónico, así como reconocer las herramientas estratégicas que pueden emplearse.
- Identificar las estrategias de posicionamiento SEO y SEM y conocer sus diferencias.
- Conocer las principales redes sociales y estrategias de marketing que se pueden llevar a cabo.
- Analizar las características de las campañas de comunicación y publicidad online para poder adaptarse de forma eficaz a los posibles compradores.

## Contenidos

### Dirección de Recursos Humanos

- UD1. Introducción a la Dirección de Recursos Humanos
- UD2. Análisis de descripción de puestos de trabajo
- UD3. Evaluación y selección
- UD4. Formación y desarrollo
- UD5. Retribución y beneficios
- UD6. Motivación
- UD7. Comunicación. Gestión del conocimiento
- UD8. Organizaciones, cultura y gestión por proyectos

### Habilidades Directivas y Negociación

- UD1. Liderazgo y estilo de dirección
- UD2. Gestión del cambio
- UD3. Gestión del conflicto
- UD4. Gestión de la comunicación
- UD5. Gestión de reuniones
- UD6. Técnicas de negociación
- UD7. Gestión del tiempo y del estrés

### Marketing y ventas

- UD1. Conceptos básicos del marketing
- UD2. El consumidor y la segmentación de mercados
- UD3. Productos, servicios y estrategias de fijación de precios
- UD4. Los canales de marketing y la cadena de distribución
- UD5. Estrategia de comunicación integrada, publicidad, promoción y RRPP
- UD6. Organización de ventas y plan de marketing

### Responsabilidad social corporativa

- UD1. Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa.
- UD2. Ámbitos de la Responsabilidad Social Corporativa.
- UD3. Mecanismos de la Responsabilidad Social Corporativa.
- UD4. Iniciativas en Responsabilidad Social Corporativa.
- UD5. La gestión de la Responsabilidad Social Corporativa.



UD6. El plan de responsabilidad social corporativa.

### **Estrategia de Marketing digital**

UD1. Introducción al marketing digital en la empresa

UD2. Análisis y herramientas estratégicas del marketing digital

UD3. Marketing y comunicación online

¿Estás buscando potenciar tus habilidades en marketing y recursos humanos para destacarte en el mundo empresarial actual? ¡Entonces nuestro curso online de Marketing y RR.HH. ¡Esta es la oportunidad perfecta para adquirir conocimientos clave en ambas áreas y convertirte en un profesional multidisciplinario altamente valorado!

Este programa especial está diseñado para integrar estrategias de marketing electrónico con el uso de recursos humanos para estimular el crecimiento y la creación de organizaciones. Descubrirás cómo alinear los objetivos de marketing con las políticas de atracción, retención y desarrollo del talento humano, creando equipos motivados y comprometidos que impulsan la competitividad de la empresa.

Adquirirás habilidades para diseñar estrategias de empleador branding, gestionar la comunicación interna, fomentar el trabajo en equipo y promover una cultura organizacional orientada a la excelencia. Antes de utilizar la tecnología de marketing digital para su talento, puede aumentar la experiencia del empleado y aumentar la marca empleadores de la empresa.

Este curso está dirigido por profesionales del marketing, recursos humanos, gestión empresarial o una persona que esté interesada en ampliar sus conocimientos en estas dos áreas complementarias. Para finalizar el programa, se prepara para proyectos interdisciplinarios que integren marketing y recursos humanos para la gestión estratégica, tengan un impacto positivo en la organización y contribuyan a la creación de una negociación razonable.

¡Potencia tu perfil profesional con nuestro curso online de Marketing y RR.HH.! ¡Inscríbete ahora y conviértete en un experto en la efectiva de integración efectiva de estas dos disciplinas clave para el éxito empresarial!

Tal vez te interese este curso: [PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN COMERCIAL BÁSICA](#)

O quizá este otro: [MARKETING Y VENTAS](#)

Síguenos en: [Instagram](#)



