

PROGRAMA DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA: GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD Y LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

- Horas totales: 64
- Modalidad: TELEFORMACIÓN

OBJETIVO GENERAL:

Adquirir los conocimientos relativos a los conceptos e instrumentos necesarios para diseñar y llevar a cabo un plan de comunicación, gestión de la publicidad, herramientas BTL y comunicación corporativa.

CONTENIDOS FORMATIVOS:

1. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

- 1.1. Comunicación estratégica y Orientación al Cliente
- 1.2. La organización interna para una comunicación estratégica.

2. EL PLAN DE COMUNICACIÓN

- 2.1. Plan de Comunicación.
- 2.2. El Presupuesto de Comunicación.
- 2.3. El Plan de Comunicación en la práctica.

3. GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD (I): LA ELECCIÓN DE LA AGENCIA

- 3.1. La elección de la agencia.
- 3.2. El sistema publicitario.
- 3.3. El mercado de agencias de comunicación.

4. GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD (II): EL BRIEFING Y PROPUESTA CREATIVA

- 4.1. El Briefing.
- 4.2. Evaluación de la propuesta creativa.

5. GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD (III): EVALUACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

- 5.1. El Plan de Medios.
- 5.2. Selección de Medios y Soportes.
- 5.3. Agentes y Métricas en Medios.

6. LAS HERRAMIENTAS BTL EN LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA.

- 6.1. Las Herramientas BTL en la comunicación estratégica.
- 6.2. Patrocinio y otras Herramientas no Convencionales.

7. MARKETING DIRECTO COMO HERRAMIENTA BTL

- 7.1. Marketing directo.
- 7.2. Marketing Directo Online.



8. COMUNICACIÓN CORPORATIVA: LAS RELACIONES EXTERNAS E INTERNAS

8.1. Comunicación corporativa, relaciones internas y externas.

8.2. Comunicación de crisis.

SENSIBILIZACIÓN EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD

- Especificaciones sobre el desarrollo sostenible.
- Identificación de los principales vectores medioambientales.
- Aplicación de los principios y fundamentos de la economía circular.
- Caracterización del desplazamiento y movilidad sostenible.
- Implementación de acciones de mejora ambiental en el entorno laboral y personal.
- Implementación de buenas prácticas en la actividad profesional para reducir el impacto ambiental.
- Descripción de la responsabilidad social.