Marketing Directo y Publicidad

Familia profesional: Gestión comercial - Ventas

Modalidad: Teleformación

Duración: 25 horas

Objetivos:

• Adquirir los conocimientos necesarios para afrontar adecuadamente la comunicación, como un elemento más de las acciones del marketing de la empresa.

• Conocer los instrumentos de comunicación más utilizados y recomendados en función de las circunstancias que atraviese la empresa.

• Aprender las diferentes técnicas existentes para la valoración de resultados obtenidos.

Contenidos:

UD1. Introducción a la comunicación de marketing.

1.1. Introducción.

1.2. Desarrollo efectivo de una comunicación.

1.2.1. Diseño del mensaje.

1.2.2. Selección de los canales de comunicación.

1.2.3. Decidir el presupuesto de comunicación.

1.3. Herramientas de comunicación en marketing.

1.4. Factores que influyen en el desarrollo del mix de comunicación.

1.5. Medición de resultados de la competencia.

UD2. Publicidad.

2.1. Objetivos de la publicidad.

2.2. Presupuesto de publicidad.

2.3. Decisión del mensaje.

2.4. Decisión del medio.

2.5. Elección de los soportes dentro de un medio.

2.6. Decisión del tiempo de emisión.

2.7. Decisión del lugar geográfico.

2.8. Valoración de la eficacia de la publicidad.

2.8.1. Técnicas de investigaciones.

2.8.2. Utilización de las técnicas de investigación.

2.9. Técnicas publicitarias.

UD3. La promoción de ventas, relaciones públicas.

3.1. Promoción de ventas.

3.1.1. Decisiones de la promoción de ventas.

3.2. Relaciones públicas.

3.2.1. Historia.

3.2.2. Relaciones públicas en marketing.

3.2.3. Plan de relaciones públicas.

3.2.4. Diferencias de la comunicación de relaciones públicas con la publicitaria y la periodística.

UD4. Marketing directo.

4.1. Introducción al marketing directo.

4.1.1. Herramientas de marketing directo.

4.1.2. Marketing basado en la publicidad de respuesta directa.

4.1.3. Problemas del marketing directo.

4.2. Comercio electrónico.

4.2.1. Herramientas electrónicas.

4.2.2. El futuro del marketing online.

4.2.3. El móvil marketing.

Información especifica

"Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad"

Fecha de inicio y fecha de fin: Los cursos podrán comenzar cualquier día de la semana, ya que se imparten en la modalidad de teleformación. La fecha de fin dependerá de número de horas lectivas diarias que se programen.

Metodología: La METODOLOGÍA ONLINE propuesta se ajusta a las características y necesidades de cada alumno/a, combinando las metodologías de enseñanza programada y de trabajo autónomo del alumnado con el asesoramiento de un/a formador/a especializado y mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, creando un entorno de aprendizaje activo, próximo y colaborativo en el Campus Virtual.

Requisitos de acceso: Para cursar esta formación no es necesario ningún requisito previo de acceso.

Material necesario para el desarrollo de la formación: El material didáctico objeto fundamental del proceso de enseñanza, será puesto a disposición del alumno en el Campus de manera ordenada y en los formatos más idóneos para ajustarlos a las especificaciones del curso. El alumno debe trabajarlos de manear autónoma dedicando un tiempo que dependerá de las necesidades individualizadas del alumno. Las actividades y casos prácticos buscan consolidar el proceso formativo de los alumnos poniendo en práctica lo aprendido sobre las disciplinas del programa cursado.

Evaluación: Para la obtención del correspondiente diploma o certificado de asistencia el/la alumno/a deberá realizar al menos el 75 por ciento de los controles periódicos de seguimiento.

Medios de contacto: Puede consultar sus dudas por teléfono (930 160 363) o por correo electrónico (didactic@didacticformacion.com)

Acreditación de los docentes: Los docentes de este curso cumplen con las prescripciones que se determinan en los certificados de profesionalidad que son similares a los contenidos de esta acción formativa.

Precio del curso: El precio final del curso, incluidos todos los conceptos, es de 7,5 € por hora. Se abonará en dos plazos, el primero antes de comenzar el curso y el segundo a su finalización. Cuando se abone el primer plazo se le dará acceso al alumno a la plataforma de teleformación.

Precio del curso bonificado: 7,5 €/h + 20% empresas de 1 hasta 5 trabajadores, 15% empresas de 6 a 9 trabajadores o 10% para empresas de más de 10 trabajadores por la gestión en la FUNDAE.