



EUROINNOVA FORMACION
INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria

Información gratis Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria

Titulación certificada por EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria

Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria

Duración: 800 horas

Precio: 999 € *

Modalidad: Online

* Materiales didácticos, titulación y gastos de envío incluidos.



Información gratis Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria

Descripción

Este Master en Comunicación Corporativa en la Empresa le ofrece una formación especializada en la materia. Si quiere desenvolverse de manera profesional en el entorno del protocolo o la comunicación este es su momento, con el Master en Comunicación Corporativa podrá adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar esta labor de la mejor manera posible. La comunicación se ha convertido en un elemento estratégico en la gestión de empresas e instituciones en este entorno de competitividad creciente. La comunicación, la gestión de las relaciones exteriores, en sus diferentes formas, ayuda a las organizaciones a diferenciarse de la competencia y a fidelizar a los clientes. Gracias a la realización de este Master en Comunicación Corporativa conocerá los aspectos esenciales de este entorno.

Euroinnova Business School

Euroinnova Business School, es una escuela de negocios avalada por 5 universidades y múltiples instituciones a nivel internacional. En el siguiente enlace puede ver los

cursos Homologados

Además Euroinnova cuenta con más de 10.000

cursos online

Puede matricularse hoy con un 10% de descuento, si se matricula online en el siguiente enlace:



Al formar parte de Euroinnova podrás disponer de los siguientes servicios totalmente gratis, además de pasar a formar parte de una escuela de negocios con un porcentaje de satisfacción de más del 95%, auditada por agencias externas, además de contar con el apoyo de las principales entidades formativas a nivel internacional.



Información gratis Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria

A quién va dirigido

Este Master en Comunicación Corporativa en la Empresa está dirigido a profesionales del mundo del comercio y marketing, más concretamente a aquellos vinculados con la gestión de marketing y comunicación, dentro del área profesional de marketing y relaciones públicas, y a todas aquellas personas interesadas en adquirir conocimientos relacionados con el plan de marketing empresarial.

Objetivos

- Analizar la situación de mercado de productos y servicios, a partir de los datos comerciales, cuantitativos y cualitativos, e informes estudios de mercado, extrayendo conclusiones respecto a las oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas de la organización, e el mercado.
- Analizar los factores que intervienen en la política de producto de planes de marketing a partir de diferentes carteras de productos utilizando distintos instrumentos como mapas de posicionamiento y matriz BCG entre otros.
- Calcular los precios de los productos y servicios, así como las variables que componen e influyen en la política de precios de un producto o servicio utilizando herramientas de cálculo. - Analizar los factores que intervienen en la política de distribución según diferentes tipos de productos y servicios, clientes y sectores.
- Gestionar a todos los niveles las relaciones institucionales en el ámbito empresarial, deportivo, académico, militar, religioso y de la administración pública.
- Planificar, estructurar y gestionar un departamento de protocolo.
- Conocer y aplicar de forma reflexiva reglas y técnicas de protocolo para cualquier tipo de actos.
- Enumerar y definir los elementos básicos de la Comunicación.
- Aplicar criterios de identidad corporativa, trasladándolos de manera creativa al diseño publicitario y al medio de publicación.
- Analizar las características de distintos tipos de materiales de carácter publipromocional e informativo en diferentes soportes convencionales y «on line».
- Aplicar técnicas de comunicación persuasiva e identificar los estilos propios de la comunicación comercial e informativa de la empresa para la elaboración y difusión de materiales publi-promocionales.
- Seleccionar contenidos, imágenes y textos, necesarios para la elaboración de folletos, carteles y materiales publi-promocionales sencillos, de acuerdo a criterios preestablecidos y respetando la normativa vigente e identidad corporativa.

Para que te prepara

Este Master en Comunicación Corporativa en la Empresa le prepara para adquirir los conocimientos necesarios para poder desarrollar una labor profesional en cualquiera de los departamentos de Protocolo, Relaciones Institucionales, Publicidad y Comunicación de empresas o instituciones.

Información gratis Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria

Salidas laborales

Instituciones públicas y privadas / Protocolo Oficial / Agencias de Comunicación / Organización de Eventos, Convenciones y Congresos / Relaciones Institucionales / Ferias y Congresos / Consultoría estratégica / Fundaciones.

Información gratis Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria

Titulación

Titulación Múltiple: - Titulación de Master en Comunicación Corporativa en la Empresa con 600 horas expedida por EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado y Avalada por la Escuela Superior de Cualificaciones Profesionales

- Título Propio de Protocolo, Comunicación y Publicidad expedida por la Universidad Europea Miguel de Cervantes acreditada con 8 ECTS Universitarios (Curso Universitario de Especialización de la Universidad Europea Miguel de Cervantes)



**Titulación
Universitaria**



**3ª Mejor Escuela de Negocios
España
(RANKING EL ECONOMISTA)**

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova Formación vía correo postal, la titulación que acredita el haber con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la institución que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).

Información gratis Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria



EUROINNOVA FORMACION

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación

EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación EUROINNOVA en la convocatoria de 2014
Y para que surtan los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 23 de Abril de 2014

La dirección General

Ei/La interesado/a

Sello



INTERNATIONAL COMMISSION ON DISTANCE EDUCATION
On Statute Consultive Congress Special of Consejo Económico y Social de la UNESCO (plan. Resolución 60/8)

Forma de financiación

- Contrarrembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.
- PayPal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Llama gratis al 900831200 e informate de los pagos a plazos sin intereses que hay disponibles

Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios. Además recibirá los materiales didácticos que incluye el curso para poder consultarlos en cualquier momento y conservarlos una vez finalizado el mismo. La metodología a seguir es ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje online, que cuenta con una serie de temas y ejercicios. Para su evaluación, el alumno/a deberá completar todos los ejercicios propuestos en el curso. La titulación será remitida al alumno/a por correo una vez se haya comprobado que ha completado el itinerario de aprendizaje satisfactoriamente.

Información gratis Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria

Materiales didácticos



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Protocolo Social e Institucional'
- Manual teórico 'Plan de Marketing Empresarial'
- Manual teórico 'Organización de Eventos de Marketing y Organización'
- Manual teórico 'Técnicas de Diseño Gráfico Corporativo'
- Manual teórico 'Plan de Medios de Comunicación e Internet'
- Manual teórico 'La Comunicación y La Publicidad'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

Información gratis Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria

Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plan profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- Por e-mail: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.
- Por teléfono: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



Información gratis Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria

Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de 12 meses para la finalización del curso, a contar desde la fecha de recepción de las mat del mismo.

Si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada de 3 meses.

Bolsa de empleo

El alumno tendrá la posibilidad de incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas, participando así en los distintos procesos de selección y empleo gestionados por más de 2000 empresas y organismos públicos colaboradores, en todo el territorio nacional.

Agencia de colocación autorizada N° 9900000169

Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

Revista digital

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

Información gratis Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

Programa formativo

PARTE 1. LA COMUNICACIÓN Y LA PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

- 1.Importancia de la Comunicación
- 2.Introducción al Marketing
- 3.Aspectos Fundamentales del Marketing
- 4.Comunicación Integral de Marketing (CIM)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD

- 1.Introducción a la Publicidad
- 2.Aspectos importantes de la Comunicación en Publicidad
- 3.Las Técnicas de Comunicación en Aspectos Publicitarios
- 4.Publicidad en la Empresa
- 5.Agencias de Publicidad
- 6.Los Medios Publicitarios ATL (Above The Line)
- 7.Los consumidores y el mercado actual
- 8.Publicidad: La estrategias generales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FUNDAMENTOS DE LA CREATIVIDAD EN EL MERCADO PUBLICITARIO

- 1.Introducción a la Creativida
- 2.El trabajo en el mundo creativo publicitario
- 3.El briefing creativo
- 4.Medio Digital, avances en creatividad
- 5.La técnica del copywriting
- 6.Distintas técnicas de Publicidad
- 7.El packaging
- 8.El portafolio creativo

PARTE 2. EXPERTO EN PROTOCOLO SOCIAL E INSTITUCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO

- 1.¿Qué es el protocolo?
- 2.Actos públicos/Actos privados
- 3.Normativa sobre protocolo
- 4.Tipos de protocolo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ÁMBITOS DESTACADOS EN EL PROTOCOLO

- 1.Ámbito Universitario
- 2.Los espectáculos públicos
- 3.Ámbito Judicial
- 4.Ámbito Militar
- 5.Corporaciones Locales
- 6.Ámbito Empresarial
- 7.Ámbito Social

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROTOCOLO SOCIAL

- 1.Introducción
- 2.Las fórmulas de tratamiento
- 3.Saludos y despedidas
- 4.Las presentaciones
- 5.La puntualidad
- 6.El vestuario
- 7.Ceremoniales y costumbres sociales mundiales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROTOCOLO INSTITUCIONAL I

- 1.Elementos y símbolos del Estado
- 2.Las Comunidades Autónomas
- 3.Títulos nobiliarios
- 4.Los tratamientos honoríficos
- 5.Las condecoraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROTOCOLO INSTITUCIONAL II

- 1.Introducción. La Casa Real
- 2.La Familia Real
- 3.Simbología Real
- 4.Atribuciones reales
- 5.Honores correspondientes a la Corona
- 6.La Casa Real y las relaciones con la Corona

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PROTOCOLO Y BUENAS COSTUMBRES EN LA MESA

- 1.Introducción
- 2.Preparación de las mesas como anfitrión
- 3.Cómo comportarnos en un restaurante
- 4.Ubicación de las mesas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PROTOCOLO EN LA EMPRESA

- 1.Necesidad del protocolo en la empresa
- 2.Seleccionar y colocar invitados en los actos
- 3.Las reuniones de negocios
- 4.Agasajos en los negocios
- 5.Exhibiciones comerciales
- 6.Inauguración de empresa

7. Visita a empresa
8. Entrega de distinciones empresariales
9. Viaje de negocios
10. Negociación con delegaciones

PARTE 3. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.

1. Imagen y de comunicación de la empresa:
 - 1.- Mecenazgo, patrocinio y colaboración.
 - 2.- Consolidación de marcas y productos.
2. Eventos en marketing y comunicación:
 - 1.- Ferias.
 - 2.- Actos promocionales.
 - 3.- Actos institucionales.
 - 4.- Congresos.
 - 5.- Recepciones.
 - 6.- Ruedas de prensa y otros eventos.
3. Documentación interna de planificación.
 - 1.- Cronograma y Organización de eventos.
 - 2.- Planos, información práctica.
 - 3.- Seguridad del evento.
4. Atención especial a autoridades.
5. Comunicación de eventos entre otros:
 - 1.- Correspondencia.
 - 2.- Publicidad del evento.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y CONTRATACIÓN DE ESPACIOS, MEDIOS Y PERSONAS PARA EVENTOS.

1. Selección y negociación de ofertas.
 - 1.- Especificaciones del lugar, material y equipo necesario.
 - 2.- Lugares de celebración.
 - 3.- Proveedores de servicios.
2. Contratación de prestación de lugares o alquiler de medios.
 - 1.- Contratación de servicios de logística y catering del evento.
 - 2.- Contratación de otros medios de apoyo al evento.
3. Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos:
 - 1.- Personal para el evento.
 - 2.- Contratación y transmisión de instrucciones y normas.
4. Prácticas habituales en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación.
 - 1.- Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de eventos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL Y SEGUIMIENTO DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.

1. Supervisión y seguimiento de eventos.
 - 1.- Control de participantes.
2. Coordinación de recursos y proveedores: puntualidad, protocolo, seguridad y coordinación de servicio técnico.
3. Repercusión en los medios y Dossier de prensa.
4. Calidad en los servicios de gestión de eventos.
 - 1.- Tratamiento de las reclamaciones y quejas.
 - 2.- Incidencias y actuaciones ante las desviaciones e imprevistos.
5. Evaluación de servicios requeridos por los eventos.
 - 1.- Elaboración de informes de actos y eventos.
 - 2.- Indicadores de calidad del evento.
 - 3.- Cuestionarios de satisfacción.
6. Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de la calidad de eventos.

PARTE 4. PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET

UNIDAD DIDÁCTICA 1. REGULACIÓN Y CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS EN PUBLICIDAD.

1. Normativa en materia de publicidad y derechos del consumidor.
2. Diferenciación de conceptos clave:
 - 1.- Publicidad ilícita.
 - 2.- Publicidad subliminal.
 - 3.- Publicidad engañosa y desleal.
3. Regulación publicitaria en Internet.
4. Códigos deontológicos en el sector.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DEL PLAN DE MEDIOS Y SOPORTES PUBLICITARIOS.

1. Plan de medios:
 - 1.- Concepto.
 - 2.- Características y elementos de planificación.
2. Medios, formas y soportes de publicidad y comunicación:
 - 1.- Diferenciación de medios, soportes y formas publicitarias.
 - 2.- Publicidad convencional y no convencional.
 - 3.- Internet como medio publicitario y de relaciones con clientes.
3. Modelos de planes de medios:
 - 1.- Fuentes de información e investigación de medios de comunicación.
 - 2.- Características y diferencias.
 - 3.- Obtención del ranking de soportes: audiencia, costes, rentabilidad, afinidad, etc.
 - 4.- Cuadro de mando de una campaña publicitaria.
4. Criterios de elección de medios y soportes:
 - 1.- Según producto.
 - 2.- Según público objetivo: targets.
 - 3.- Evaluación de perfiles y clientes potenciales y objetivos del plan de medios.
 - 4.- Tarifas y otros criterios de elección del mix del plan de medios.

5. Formas específicas de publicidad en Internet:

- 1.- Banners, Inserciones, Enlaces patrocinados, e-mails comerciales, contenidos a medida, entre otros.
- 2.- Efectividad sobre otras formas y canales publicitarios tradicionales.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJECUCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS.

1. Calendario de inserciones publicitarias:

- 1.- Representación gráfica del plan de medios.

2. Presupuesto del plan de medios:

- 1.- Confección del presupuesto total y desglosado por períodos y por medios.
- 2.- Recomendaciones para la compra de espacios en medios.
- 3.- Optimización del plan de medios.

3. Ejecución del plan de medios.

- 1.- Relaciones entre agencias y anunciantes.
- 2.- Relaciones entre agencias y los medios.

4. Contratación de inserciones y desarrollo de campañas publicitarias.

- 1.- El contrato de publicidad.
- 2.- El contrato de difusión publicitaria.
- 3.- El contrato de creación publicitaria.
- 4.- El contrato de patrocinio.
- 5.- La contratación «on line».
- 6.- Facturación.

5. Cursaje de emisión:

- 1.- Gestión eficiente del cursaje de emisión.
- 2.- Elaboración de órdenes de cursaje.

PARTE 5. PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE MARKETING.

1. Concepto y contenido del marketing:

- 1.- Función del marketing en la gestión de la empresa: la orientación al cliente.
- 2.- Marketing estratégico y operativo.

2. Estrategias y tipos de marketing.

3. Marketing mix:

- 1.- Planificación integral del marketing.
- 2.- Elementos que integran el marketing mix e interrelación entre ellos.

4. Elaboración del plan de marketing:

- 1.- Estructura y funcionalidad.
- 2.- Políticas de marketing en la empresa.
- 3.- Presupuesto del plan de marketing.

5. Análisis DAFO y estrategias de marketing:

- 1.- Estudios de mercado.
- 2.- Segmentación y posicionamiento y detección de oportunidades de mercado.
- 3.- Elaboración de informes de oportunidades de mercado.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA DE PRODUCTO.

1. Definición de la política de producto.
2. Atributos y características de productos y servicios de la empresa.
 - 1.- Clasificación de productos.
 - 2.- Diferenciación de los productos.
3. Concepto de gama y línea de productos.
 - 1.- La cartera de productos.
4. La teoría del ciclo de vida del producto (CVP) y su aplicación al marketing.
 - 1.- Estrategias según el CVP.
 - 2.- Servicios añadidos.
5. Mapas de posicionamiento.
 - 1.- Concepto de posicionamiento de producto.
 - 2.- La elección de los ejes de posicionamiento.
6. Matriz BCG y creación de nuevos productos.
7. Análisis del envase y de la marca como elementos diferenciadores.
 - 1.- Concepto y finalidad de la marca.
 - 2.- Tipología de las marcas.
 - 3.- Estrategia de marca.
 - 4.- Elementos fundamentales del envase.
8. Elaboración de informes sobre producto.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE PRECIOS.

1. Definición de la política de precios.
 - 1.- El concepto de precio.
 - 2.- El precio como instrumento de marketing.
2. Características y variables de decisión.
3. Concepto de elasticidad de precio.
 - 1.- Elasticidad cruzada.
4. Normativa vigente en materia de precios.
 - 1.- Relaciones con los distribuidores.
5. Métodos para la determinación de los precios:
 - 1.- Métodos basados en el coste.
 - 2.- Métodos basados en la competencia.
 - 3.- Métodos basados en el mercado o demanda.
6. Cálculo del punto muerto.
7. Estrategias comerciales en la política de precios.
 - 1.- Estrategias diferenciales.
 - 2.- Estrategias competitivas.
 - 3.- Estrategias para líneas de productos.
 - 4.- Estrategias para productos nuevos.
8. Elaboración de informes sobre precios.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.

1. Definición de la política de distribución.
2. Canales y fórmulas de distribución.
 - 1.- Elección de los canales.
 - 2.- Relación entre miembros del canal de distribución.
 - 3.- Comercio mayorista.
 - 4.- Comercio minorista.
3. Estrategias en la política de distribución.
4. Relaciones con la red y puntos de ventas.
 - 1.- Determinación del número de puntos de venta.
 - 2.- Selección del lugar de emplazamiento.
5. Marketing en la distribución.
 - 1.- Merchandising.
6. Comercialización «on line» de productos y servicios.
 - 1.- Las relaciones comerciales B2B y B2C.
7. Elaboración de informes sobre distribución.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.

1. Definición de la política de comunicación en la empresa.
2. Tipos de comunicación en la empresa.
 - 1.- Comunicación interna.
 - 2.- Comunicación externa en la empresa.
 - 3.- La comunicación personal.
 - 4.- Otros tipos de comunicación.
3. El mix de comunicación: tipos y formas.
 - 1.- Publicidad.
 - 2.- Promoción de ventas.
 - 3.- Relaciones públicas.
 - 4.- Marketing directo.
 - 5.- Marketing relacional.
 - 6.- Marketing «on line».
4. Medios de comunicación.
 - 1.- Medios convencionales.
 - 2.- Medios no convencionales.
5. Elaboración del briefing de productos, servicios o marcas:
 - 1.- Objetivos y finalidad del briefing.
 - 2.- Estructura y elementos del briefing.
 - 3.- Aplicaciones de presentación del briefing.

PARTE 6. TÉCNICAS DE DISEÑO GRÁFICO CORPORATIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA.

1. Identidad corporativa:

- 1.- La marca y la imagen de la empresa.
 - 2.- Construcción y refuerzo de la imagen corporativa y de la marca.
 - 3.- Manual de comunicación de la empresa y Manual de identidad corporativa: diferencias y contenidos de cada uno.
- 2.Imagen gráfica:
- 1.- El logotipo y otros elementos de identidad visual.
 - 2.- Símbolos, iconos y señalética a considerar en la imagen corporativa.
 - 3.- Isotipo: color, tipografía, u otros.
- 3.Diseño gráfico y comunicación corporativa:
- 1.- Formato y composición de soportes publicitarios y materiales publipromocionales: carteles y folletos.
 - 2.- Adaptación de la imagen a la identidad de la empresa.
- 4.Elaboración de un briefing para una agencia de publicidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELABORACIÓN DE MATERIALES DE MARKETING Y COMUNICACIÓN SENCILLOS.

- 1.Principios y elementos de composición:
- 1.- Equilibrio, armonía, proporción, contraste, forma, contraforma, entre otros.
- 2.Estilos de comunicación persuasiva y no persuasiva.
- 3.Elaboración de mensajes publi-promocionales para los materiales de marketing y comunicación.
- 1.- Lema publicitario o eslogan: Características y elementos del lema publicitario.
 - 2.- Objetivo.
 - 3.- Redacción del mensaje.
- 4.Fuentes de información y bancos de imágenes:
- 1.- Derechos de autor: especificaciones y licencias de uso
 - 2.- Cita de autores: normas y criterios.
 - 3.- Derechos del consumidor y publicidad.
 - 4.- Motores de búsqueda de información e imágenes.
 - 5.- Buscadores de imágenes de dominio público: Creative Commons, GNU u otros.
- 5.Selección de contenidos, imágenes y textos para materiales de comunicación de la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. AUTOEDICIÓN DE FOLLETOS Y MATERIALES DE COMUNICACIÓN SENCILLOS.

- 1.La línea gráfica impresa: papelería corporativa.
- 2.Técnicas de diseño gráfico en materiales publipromocionales sencillos:
- 1.- Formato y composición de los materiales publi promocionales: folletos, carteles y anuncios sencillos.
 - 2.- Aplicación de la teoría del color y la composición en bocetos publi promocionales.
- 3.Utilización de software de diseño gráfico en entornos de usuario.

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria

PROGRAMA DE BECAS PARA MASTER

Euroinnova cuenta con un programa de **becas de master** para ayudarte a decidir tu futuro, puedes entrar y solicitarla, Euroinnova cuenta con más de 2000 **master online** que puedes consultar y solicitar tu beca.

Haz clic para conocer nuestro catálogo de **cursos online**

Terminos relacionados:

Actos Públicos, animacion, Audiencia, Clasificación Agencias, Coaching, Comunicación, Condecoraciones, Dinámicas de Grupos, Dinamización, Directrices, Empresa, Estrategia Comunicación, Estrategia Creativa, Estrategia Medios, Estrategia Publicitaria, Estrategias de Coordinación, Grupos Sociales, habilidades comunicativas, Habilidades Directivas, Habilidades sociales, Liderazgo, Marketing, Mediación, Medios Publicitarios, Negociación, Organigrama Agencia Publicidad, Organización, Políticas de Comunicación Integral, Precedencia, Preparación de Reuniones, Presidencia, Presupuesto Publicitario, Proceso Comunicación Publicitaria, Protocolo, Publicidad, Relaciones Institucionales, Relaciones Publicas, Reuniones, Técnicas Comunicación, Técnicas de negociación, Telemarketing, Título Nobiliario, Trabajo en Equipo

Información gratis Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

FICHA DE MATRICULACIÓN

Para efectuar su matrícula sólo tiene que hacernos llegar esta ficha con sus datos personales vía email a formacion@euroinnova.com.

POSTGRADO EN QUE DESEA MATRICULARSE: :

.....

Nombre:

Apellidos:.....

DNI/ID/Pasaporte:.....

Domicilio envío:

..... CP:.....

Localidad:.....

Provincia:..... País:.....

Teléfono:..... E-mail:.....

Horario de entrega (Mañana o tarde).....

Forma de pago

Observaciones:.....

Una vez recibidos los datos personales, uno de nuestros asesores pedagógicos contactará con usted para concretar la matrícula y confirmarle cuando va a recibir todos los materiales en su domicilio.



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

DESDE ESPAÑA LLAMA GRATIS A:
900 831 200

DESDE FUERA DE ESPAÑA:
+ 34 958 05 02 00

EUROINNOVA FORMACIÓN
POLÍGONO INDUSTRIAL LA ERMITA.
EDIF. CENTRO DE EMPRESAS GRANADA. OFICINA 1º D • 18230 ATARFE - GRANADA
Teléfono: 958 050 200

Información gratis Master en Comunicación Corporativa en la Empresa + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200