



**ACELERA TU FUTURO**

**Curso Online**  
*Comunicación, Marketing  
Publicidad*

# Programa General del Curso de Comunicación, Marketing y Publicidad

## **Módulo 1 - Introducción al Marketing**

Primera unidad didáctica- Elementos Fundamentales del Marketing

Segunda unidad didáctica – El Marketing de Sector

Tercera unidad didáctica – “Tipos” de Marketing

## **Módulo 2 - Estrategias y Planes de Marketing**

Primera unidad didáctica- Definir los objetivos

Segunda unidad didáctica - Formulación de una Estrategia

## **Módulo 3 - Recolección de Datos e Investigación de Mercados**

Primera unidad didáctica - Categorías de las Investigaciones del Mercado

Segunda unidad didáctica - Objetivos de la Investigación de Mercado

Tercera unidad didáctica - Toma de muestras para la recolección de datos

cuarta unidad didáctica - Sistemas para el análisis y evaluación de datos

## **Módulo 4 – Posicionarse frente a los clientes**

Primera unidad didáctica - Conocer la Empresa

Segunda unidad didáctica – Fidelización y Marketing Relacional

## **Módulo 5 - Creación de una identidad de marca y de marca**

Primera unidad didáctica - Introducción a la Identidad de Marca

Segunda unidad didáctica - Criterios para determinar la identidad visual corporativa

## **Módulo 6 – Value Proposition, Producto y Precio**

Primera unidad didáctica- Productos y Servicios

Segunda unidad didáctica - Análisis y Clasificación de Productos y Servicios

Tercera unidad didáctica - Estrategias de lanzamiento

## **Módulo 7 - Gestión de Entrega (red de ventas, canal, al por menor, al por mayor, logística)**

Primera unidad didáctica - Tipos de Redes y Gestión de los canales

Segunda unidad didáctica - Sistemas de Sale Collaboration

Tercera unidad didáctica - Niveles de Venta

## **Módulo 8 - Marketing en Internet**

Primera unidad didáctica- Introducción al Web Marketing

Segunda unidad didáctica - Estrategias de Web Marketing

## **Módulo 9 - Introducción a la Comunicación**

Primera unidad didáctica – Medios y Sistemas de Comunicación

Segunda unidad didáctica - Estrategias de Comunicación

Tercera unidad didáctica - Comunicación y Objetivos

### **Módulo 10 - La comunicación en el trabajo: correos electrónicos, informes, ofertas, reuniones, presentaciones, entrevistas**

Primera unidad didáctica - Introducción a la Comunicación Empresarial

Segunda unidad didáctica - Análisis de los Instrumentos de Comunicación Empresarial

### **Módulo 11 – Comunicación de la Value Proposition: uno para todos y todos para uno**

Primera unidad didáctica- Valor del producto y análisis de la demanda

Segunda unidad didáctica - Estrategias de Diferenciación de Productos y Servicios

Tercera unidad didáctica - Objetivo: Satisfacción del Cliente

Cuarta unidad didáctica - Gestión de la Customer Value Proposition

### **Módulo 12 - Prensa y Relaciones Públicas**

Primera unidad didáctica- Gestión de la Prensa

Segunda unidad didáctica - Estrategias de Comunicación Relacional

### **Módulo 13 - Introducción a la Publicidad**

Primera unidad didáctica – Instrumentos de comunicación publicitaria

Segunda unidad didáctica- Objetivos de la Comunicación Publicitaria

## **Módulo 14 - Publicidad en los diversos medios de comunicación**

Primera unidad didáctica – Publicidad en Revista

Segundo módulo - Publicidad en Televisión

Tercera unidad - Publicidad Web

Cuarta unidad didáctica - Comunicación y Publicidad Global

## **Módulo 15 - La estrategia publicitaria y el proceso creativo**

Primera unidad didáctica – Comunicación Comercial

Segunda unidad didáctica – Psicología Publicitaria

Tercera unidad didáctica - Instrumentos para la creación de una campaña publicitaria

## **Módulo 16 - Los aspectos económicos de las actividades de publicitarias**

Primera unidad didáctica- Estructura de una Agencia Publicitaria

Segunda unidad didáctica - Marketing Publicitario

Tercera unidad didáctica - Agencias Publicitarias y Contabilización

# **Objetivos y métodos de uso y la evaluación**

## **Objetivo y métodos de uso**

"El propósito del marketing es conocer y entender tan bien al consumidor que los productos o servicios se vendan por sí mismo - Peter Drucker.

El Curso en Comunicación, Marketing y Publicidad se desarrollará online en una plataforma FAD, incluidos los materiales de aprendizaje, ejercicios y pruebas de aprendizaje.

A través de las herramientas de colaboración web, tales como chat y correo electrónico, los estudiantes pueden contar con la tutoría, proporcionado por los profesores del curso, en su propio camino de aprendizaje.

## **Estructura del curso**

El programa del curso parte de cero y cubre las siguientes áreas:

1. Introducción al Marketing
2. Estrategias y planes de marketing
3. Recolección de Datos e Investigación de Mercados
4. Posicionarse respecto al Cliente
5. Creación e Identidad de la Marca
6. Value Proposition, Producto y Pricing
7. Gestión de la Entrega (Red de ventas, canales, retail, venta al por mayor, logística)
8. Marketing en Internet.
9. Introducción a la Comunicación
10. La comunicación en el trabajo: correos electrónicos, informes, ofertas, reuniones, presentaciones, entrevistas
11. Comunicación de la Value Proposition: uno para todos y todos para uno
12. Prensa y Relaciones Públicas
13. Introducción a la Publicidad
14. La publicidad de los diferentes medios
15. La estrategia publicitaria y el proceso creativo
16. Los aspectos económicos de las actividades de publicidad

## **Los beneficiarios y la evaluación**

La Licenciatura en Comunicación, Marketing y Publicidad es para aquellos que quieren iniciar una carrera en el ámbito del Marketing Management, de la Comunicación Institucional o Corporativa y de la Publicidad, o aquellos que ya trabajan en estos contextos y desean enriquecer su currículum y competencias.

Los profesionales del sector cubren roles como gerente de producto, gerente de marketing, especialista en marketing web, responsable de la comunicación y las relaciones públicas, experto en multimedia, o gerente en empresas editoriales y agencias de publicidad.

La evaluación de los estudiantes se llevará a cabo a través de pruebas de evaluación y un examen final online.