



La Comunicación de Marketing: Estrategias y Herramientas



Nº Acción: D.06.07

Área Formativa: Marketing

Modalidad: Distancia

Duración: 70 horas

Destinatarios: Directivos, mandos intermedios y personal del área medioambiental.

Requisitos: Titulación universitaria o experiencia profesional equivalente

Objetivos

Preparar al alumno para:

1. Considerar la comunicación como una variable integrada por diversas técnicas que han de coordinarse para conseguir una mayor eficacia.
2. Profundizar en el conocimiento de la publicidad como herramienta de marketing.
3. Valorar el poder de las herramientas below the line como alternativa y complemento a la publicidad.

Temario

1. Introducción: objetivos y estructura
2. La comunicación en la estrategia de marketing. El sistema publicitario
4. Las estrategias publicitarias
5. El marketing promocional
6. Las relaciones públicas. El marketing directo y la fidelización de clientes

