FORMACIÓN CONTINUA

ONA10141 Instrumentos de comunicación y publicidad (10 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.
Saber de las diferentes técnicas existentes para la valoración de resultados obtenidos.

Índice:

1.INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DE MARKETING
1.1.Introducción
1.2.Desarrollo efectivo de una 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
2.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
2.9.Técnicas publicitarias
3.LA PROMOCIÓN DE VENTAS. RELACIONES PÚBLICAS
3.1.Promoción de ventas
3.2.Relaciones públicas
4.MARKETING DIRECTO
4.1. Introducción al marketing directo
4.2. Comercio electrónico y marketing online