

Cursos Superiores

Curso Superior en Dirección de Marketing y Comunicación



INESEM
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Curso Superior en Dirección de Marketing y Comunicación

1. Sobre Inesem
2. Curso Superior en Dirección de Marketing y Comunicación

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico
4. Metodología de Enseñanza
5. ¿Porqué elegir Inesem?
6. Orientacion
7. Financiación y Becas

SOBRE INESEM

BUSINESS SCHOOL

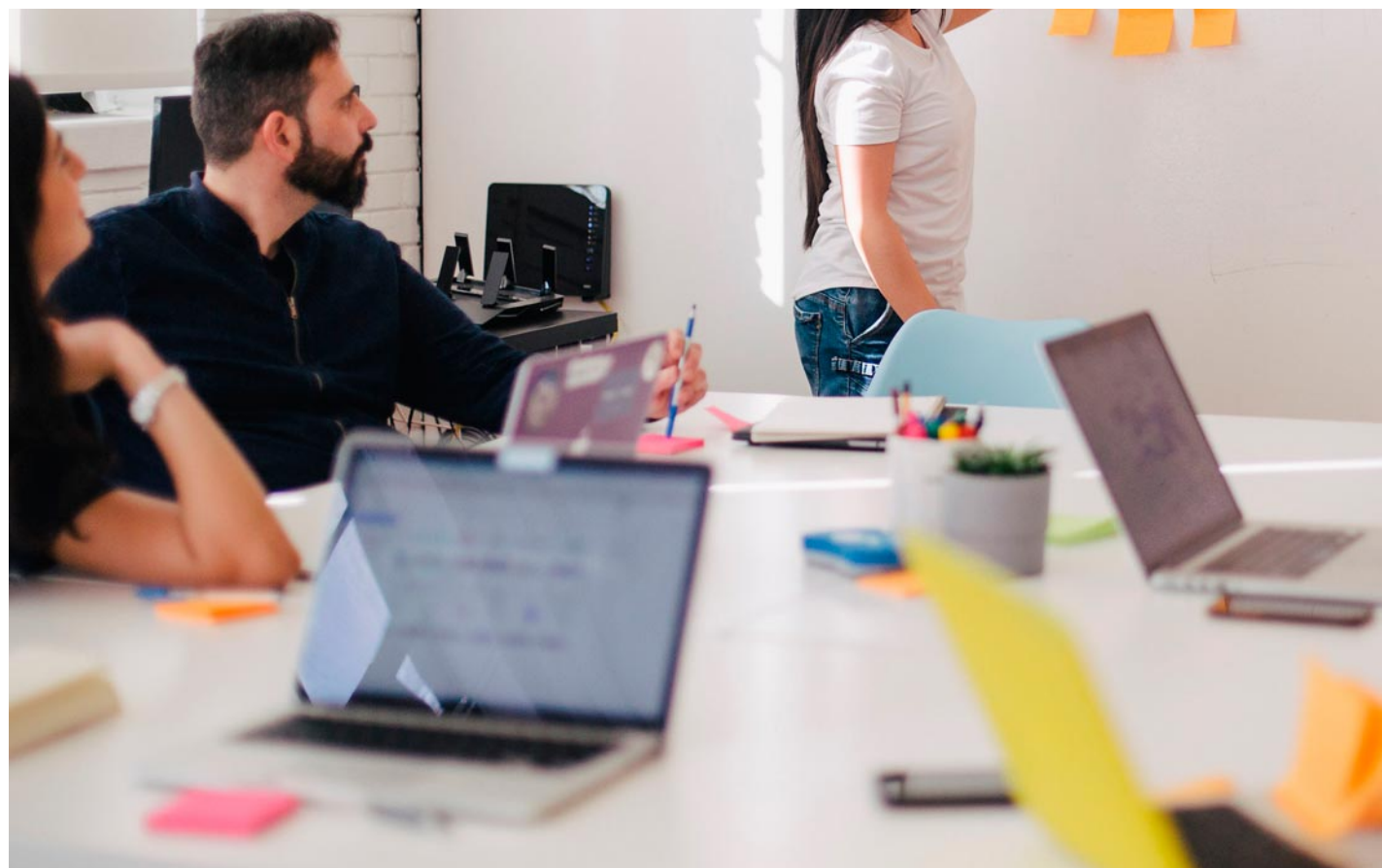


INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



Curso Superior en Dirección de Marketing y Comunicación



DURACIÓN	250
PRECIO	460 €
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



INESEM
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Cursos Superiores

- Titulación Expedida y Avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales “Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad.”

Resumen

El escenario del marketing y la comunicación ha evolucionado enormemente en los últimos años como consecuencia de Internet, el auge de las nuevas tecnologías, la fragmentación de las audiencias y el nuevo perfil de consumidor, mucho más exigente e informado. Las empresas deben adaptar sus estrategias hacia consumidores con un papel protagonista en la comunicación, más informados y críticos con las marcas. Conocer el nuevo perfil de consumidor en la actualidad, ayudará a las empresas a definir estrategias de marketing y comunicación capaces de lograr con éxito los objetivos empresariales ante un escenario altamente competitivo.

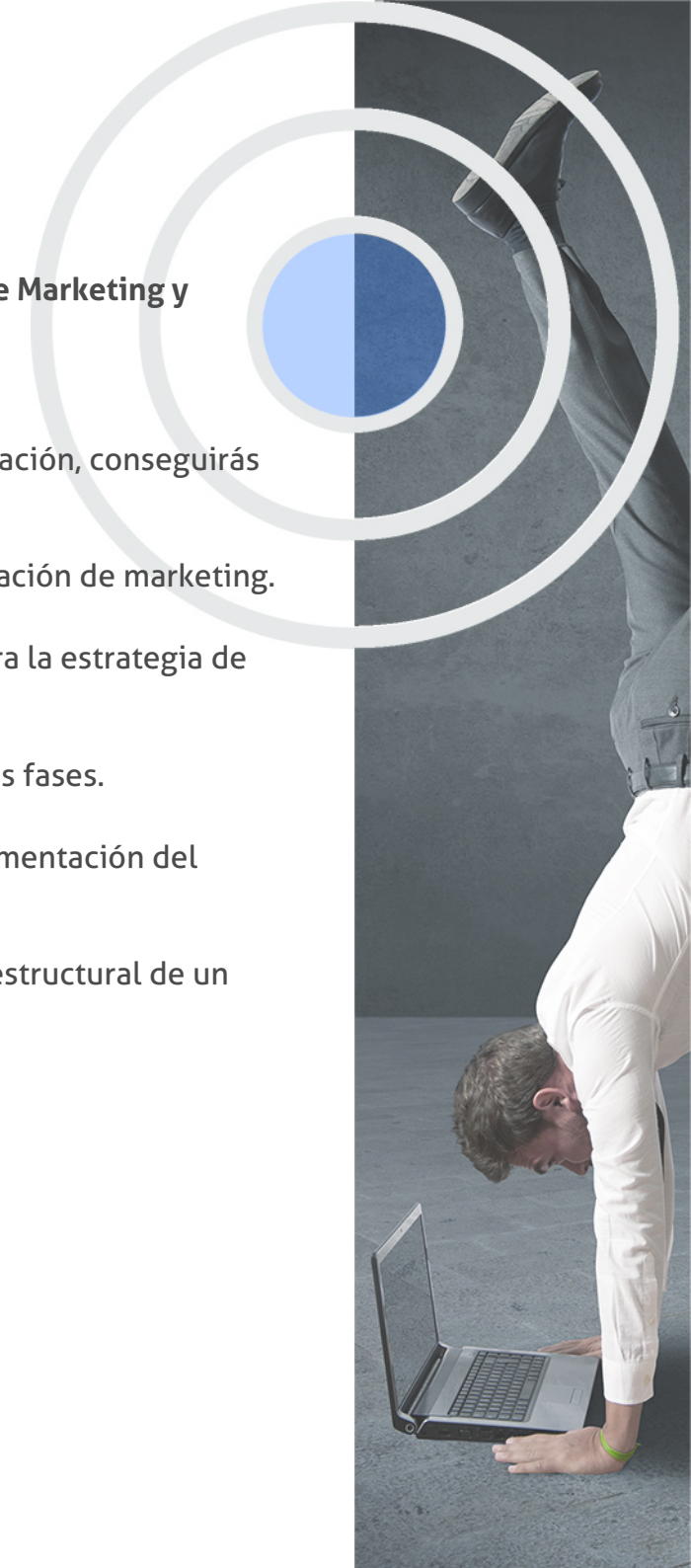
A quién va dirigido

Los profesionales dedicados al área de las ciencias económicas y empresariales, como directores y administradores de empresas, responsables de marketing e investigación de mercados, son los principales beneficiarios del Curso Superior en Dirección de Marketing y Comunicación. Asimismo, cualquier persona interesada en especializarse en esta área podrá realizar el curso.

Objetivos

Con el Cursos Superiores **Curso Superior en Dirección de Marketing y Comunicación** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Gracias al Curso Dirección de Marketing y Comunicación, conseguirás conocer los elementos del marketing.
- Estudiar los componentes de un sistema de información de marketing.
- Conocer cuáles son los factores condicionantes para la estrategia de comunicación comercial.
- Estudiar el proceso de negociación y sus principales fases.
- Comprender la importancia de la estrategia de segmentación del mercado en las organizaciones.
- Conocer los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado.





¿Y, después?

Para qué te prepara

El Curso Dirección de Marketing y Comunicación, te preparará para el estudio de la comunicación integral de marketing mediante sus elementos. De igual manera, te introducirás en el entorno de las organizaciones para la posterior delimitación del mercado y su investigación, mientras que comprenderás cuáles son las habilidades necesarias para la comunicación, tanto interna como externa. Asimismo, realizarás un plan de marketing completo.

Salidas Laborales

Los estudiantes que desarrollen de forma adecuada el Curso Superior en Dirección de Marketing y Comunicación, conseguirán realizar su labor, desarrollando las funciones de un Director de Marketing y Comunicación. Además, podrán trabajar como Director de Publicidad, Director de Creatividad, Asesor y Consultor Comercial, Analista Comercial, entre otros.

¿Por qué elegir INESEM?

El alumno es el protagonista

01

Nuestro modelo de aprendizaje se adapta a las necesidades del alumno, quién decide cómo realizar el proceso de aprendizaje a través de itinerarios formativos que permiten trabajar de forma autónoma y flexible.



Innovación y Calidad

Ofrecemos un servicio de orientación profesional y programas de entrenamiento de competencias con el que ayudamos a nuestros alumnos a crear y optimizar su perfil profesional.

02

Empleabilidad y desarrollo profesional



03

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

INESEM Orienta

Ofrecemos una asistencia complementaria y personalizada que impulsa la carrera de nuestros alumnos a través de nuestro Servicio de Orientación de Carrera Profesional permitiendo la mejora de competencias profesionales mediante programas específicos.



04

Facilidades Económicas y Financieras



05

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades para la realización del pago de matrículas 100% sin intereses así como un sistema de Becas para facilitar el acceso a nuestra formación.



PROGRAMA ACADÉMICO

Curso Superior en Dirección de Marketing y Comunicación

Módulo 1. **Comunicación integrada de marketing (cim)**

Módulo 2. **Dirección de planes de marketing**

Módulo 3. **Comunicación interna y externa**

Módulo 4. **Marketing estratégico**

Módulo 1.

Comunicación integrada de marketing (cim)

Unidad didáctica 1.

La comunicación y sus componentes

- 1. ¿Qué es la comunicación?
- 2. El marketing como raíz de la comunicación digital
- 3. Otros componentes del marketing
- 4. Comunicación Integral de Marketing (CIM)

Unidad didáctica 2.

La promoción de ventas

- 1. Introducción
- 2. Características y objetivos de la promoción de ventas
- 3. La estrategia promocional
- 4. Las tácticas promocionales
- 5. La promoción de venta online
- 6. Medición de la eficiencia promocional

Unidad didáctica 3.

Las relaciones públicas

- 1. Naturaleza y concepto de las relaciones públicas
- 2. Causas del desarrollo de las relaciones públicas
- 3. Técnicas de relaciones públicas
- 4. Los eventos y las ferias
- 5. La comunicación en situación de crisis
- 6. Las relaciones públicas en Internet

Unidad didáctica 4.

El patrocinio

- 1. Concepto, causas y objetivos del patrocinio
- 2. Tipologías de patrocinios
- 3. Evaluación de la eficacia y eficiencia del patrocinio

Unidad didáctica 5.

El marketing directo e interactivo

- 1. El marketing directo en la actualidad
- 2. Variables del marketing directo
- 3. La base de datos
- 4. Medios convencionales para el marketing directo
- 5. Marketing directo en medios masivos

Módulo 2.

Dirección de planes de marketing

Unidad didáctica 1.

Definición y delimitación del mercado relevante

- 1. El entorno de las organizaciones
- 2. El mercado: concepto y delimitación
- 3. El mercado de bienes de consumo
- 4. El mercado industrial
- 5. El mercado de servicios

Unidad didáctica 2.

La investigación de mercados y el marketing

- 1. Los componentes de un sistema de información de marketing
- 2. Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercados
- 3. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercados

Unidad didáctica 3.

Las decisiones sobre productos

- 1. El concepto de producto, los atributos formales del producto: la marca, el envase y la etiqueta
- 2. Las estrategias de diferenciación y de posicionamiento del producto
- 3. El proceso de diseño y desarrollo de nuevos productos
- 4. El ciclo de vida del producto
- 5. Los modelos de análisis de la cartera de productos
- 6. Estrategias de crecimiento que pueden seguir las empresas

Unidad didáctica 4.

Las decisiones sobre distribución

- 1. El canal de distribución: concepto, utilidades e importancia
- 2. Los componentes del canal de distribución Funciones
- 3. El diseño del canal de distribución: factores condicionantes, longitud e intensidad
- 4. Una clasificación de las formas comerciales
- 5. El merchandising

Unidad didáctica 5.

Las decisiones sobre precios

- 1. Introducción
- 2. El precio como instrumento de las decisiones comerciales: concepto e importancia
- 3. Los factores condicionantes en la decisión de fijación de precios
- 4. Los procedimientos de fijación de precios: métodos basados en costes, en la competencia y en la demanda
- 5. Estrategias de fijación de precios

Unidad didáctica 6.

Las decisiones sobre comunicación

- 1. La comunicación comercial: concepto e importancia
- 2. Los factores condicionantes de la estrategia y del mix de comunicación comercial
- 3. El mix de comunicación comercial: la venta personal, la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas y el marketing directo
- 4. La comunicación global de la empresa: imagen corporativa

Unidad didáctica 7.

Otras variables a tener en cuenta

- 1. Las decisiones sobre personas
- 2. Las decisiones sobre productividad
- 3. Las decisiones sobre procesos
- 4. Las decisiones sobre presencia

Módulo 3.

Comunicación interna y externa

Unidad didáctica 1.

Introducción a la comunicación

- 1. Definición de comunicación
- 2. Elementos y características de la comunicación
- 3. Teorías de la comunicación según el contexto
- 4. Obstáculos comunicativos
- 5. Tipologías comunicativas

Unidad didáctica 2.

Habilidades y competencias de la comunicación

- 1. Habilidades de la conversación
- 2. Proceso de escucha
- 3. Importancia de la empatía en la comunicación
- 4. Reformulación de comunicaciones
- 5. Cómo lograr la aceptación incondicional
- 6. La habilidad de personalizar
- 7. La confrontación en la comunicación

Unidad didáctica 3.

Comunicación empresarial

- 1. Introducción a la comunicación en la empresa
- 2. Proceso y elementos de la comunicación
- 3. La calidad de las comunicaciones empresariales
- 4. Tipos de comunicaciones: Internas y externas
- 5. Tipologías de comunicación empresarial

Unidad didáctica 4.

Políticas de comunicación integral empresarial

- 1. Políticas de Comunicación Integral (PCI)
- 2. Formación en Comunicación de los Directivos
- 3. Organización de actos públicos
- 4. Actitudes y comportamientos ante medios de comunicación

Unidad didáctica 5.

Liderazgo empresarial

- 1. Introducción al proceso directivo
- 2. Características y teorías de liderazgo

Unidad didáctica 6.

Liderazgo y motivación laboral

- 1. Conceptualización de motivación laboral
- 2. Características y teorías de la motivación laboral
- 3. Liderazgo y motivación
- 4. Logro de satisfacción laboral

Unidad didáctica 7.

Iniciación a la negociación

- 1. Definición de negociación
- 2. Características generales de la negociación
- 3. Elementos fundamentales
- 4. Proceso de negociación y fases principales

Unidad didáctica 8.

Estrategias y técnicas fundamentales de negociación

- 1. Definición de estrategias en negociación
- 2. Técnicas y tácticas de negociación
- 3. Elementos prácticos de la negociación

Unidad didáctica 9.

La importancia del sujeto negociador

- 1. Características de la personalidad del negociador
- 2. Habilidades fundamentales que debe desarrollar todo negociador
- 3. Propiedades del sujeto negociador
- 4. Tipos de sujetos negociadores

Módulo 4.

Marketing estratégico

Unidad didáctica 1.

Introducción al marketing estratégico

- 1. Procesos de planificación estratégica
- 2. El papel del marketing en la empresa
- 3. Análisis de situación y estrategias de marketing
- 4. La orientación al cliente

Unidad didáctica 2.

La segmentación de mercados

- 1. Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
- 2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales Requisitos para una segmentación eficaz
- 3. Las estrategias de cobertura del mercado
- 4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

Unidad didáctica 3.

Análisis de la demanda y de la estructura competitiva

- 1. Introducción
- 2. El análisis de la demanda Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
- 3. Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
- 4. Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca
- 5. Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

Unidad didáctica 4.

Comportamiento del consumidor

- 1. Factores de influencia en el comportamiento del consumidor
- 2. El proceso de la cultura
- 3. Semejanzas y diferencias de los valores culturales
- 4. Factores sociológicos de consumo
- 5. El proceso de decisión del consumidor

Unidad didáctica 5.

Posicionamiento

- 1. Conceptualización del posicionamiento en el mercado
- 2. Elementos del posicionamiento
- 3. Estrategias de posicionamiento
- 4. Fases y mapas de posicionamiento

Unidad didáctica 6.

Reputación corporativa y branding

- 1. Personalidad y estructura de marca
- 2. Brand equity o el valor de marca
- 3. Marcas corporativas y marcas producto
- 4. La imagen como comunicadora
- 5. Reputación corporativa

Unidad didáctica 7.

Diseño, ejecución y control del plan de marketing

- 1. Plan de marketing: concepto, utilidad y horizonte temporal
- 2. El diseño del plan de marketing: principales etapas
- 3. La ejecución y control del plan de marketing Tipos de control
- 4. Desarrollo del plan de marketing

metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

Comunidad

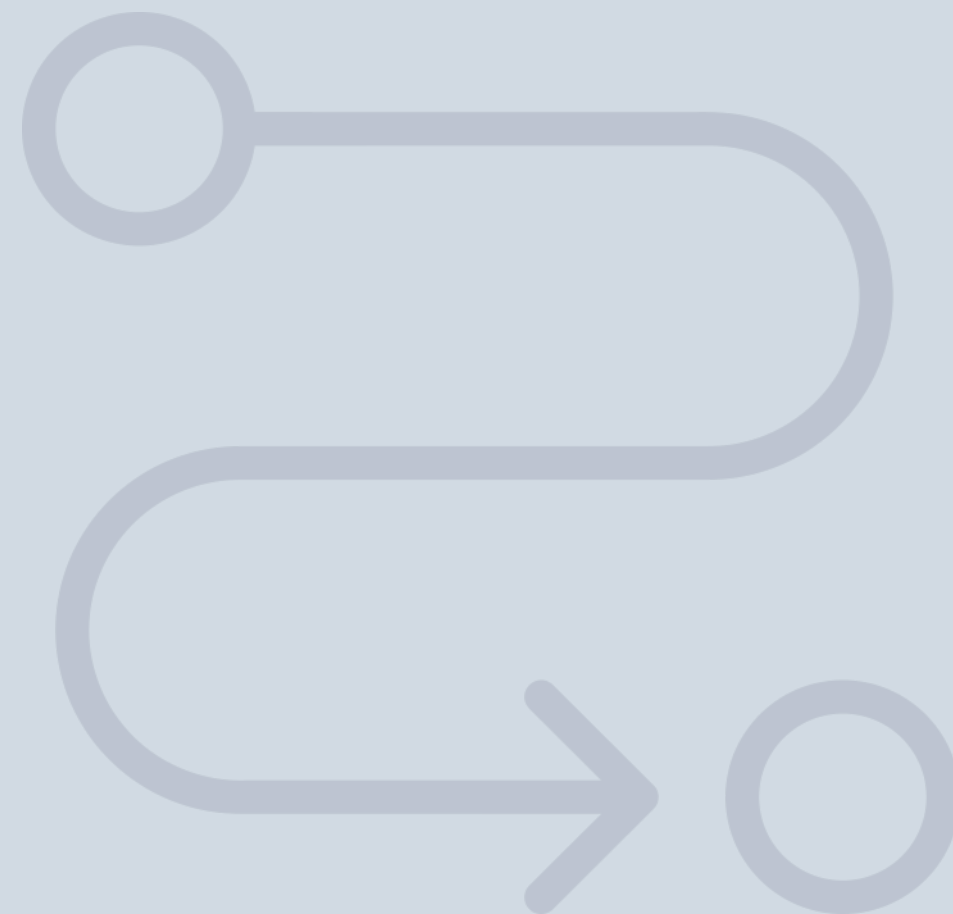
Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.





SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a
nuestros alumnos
facilidades
económicas y
financieras para la
realización del pago
de matrículas,

todo ello
100%
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



20%

**Beca
desempleo**

Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

15%

**Beca
emprende**

Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.

10%

**Beca
alumnos**

Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

Cursos Superiores

Curso Superior en Dirección de Marketing y
Comunicación

Impulsamos tu carrera profesional



INESEM
BUSINESS SCHOOL

www.inesem.es



958 05 02 05 formacion@inesem.es

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.

Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.