DOBLE TITULACIÓN

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

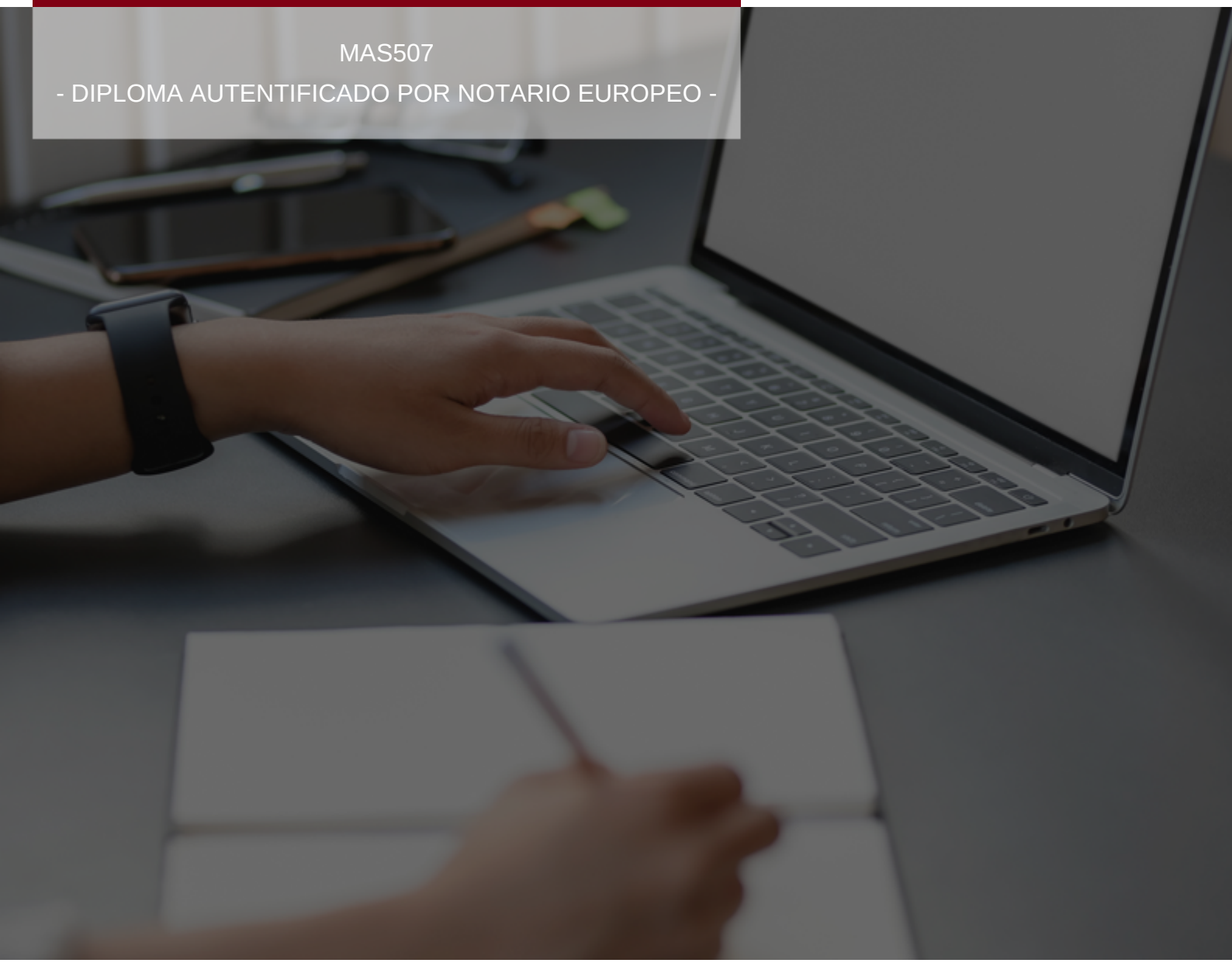
+

EVENTOS CORPORATIVOS

esneca BUSINESS SCHOOL

MAS507

- DIPLOMA AUTENTIFICADO POR NOTARIO EUROPEO -



CECAP

aen asociación española de escuelas de negocios

CUM LAUDE

ESPAÑA NOTARIO

DESTINATARIOS

El programa está especialmente diseñado para aquellas personas que estén interesadas en adquirir conocimientos sobre Comunicación Corporativa y Eventos Corporativos.

Permite conocer las habilidades profesionales necesarias para asistir en la definición, organización, difusión y supervisión de acciones promocionales y evento, de planes de marketing y comunicación, y realizar actividades auxiliares de organización y seguimiento al plan de medios, para lanzar y prolongar la existencia de productos, servicios y marcas, reforzando la imagen de la organización, la utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa.

En ambas modalidades el alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo.**

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA
600H

MODALIDAD
ONLINE
*La modalidad incluye módulos con clases en directo.

CURSO INICIAL
ONLINE

TUTORIAS
PERSONALIZADAS

IDIOMA
ESPAÑOL

DURACION
HASTA UN AÑO
*Prorrogable

IMPORTE

VALOR ORIGINAL: ~~2380 €~~
VALOR ACTUAL: 595 €

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios, el alumno recibirá un diploma que certifica que ha superado con éxito el "**COMUNICACIÓN CORPORATIVA + EVENTOS CORPORATIVOS** " de ESNECA BUSINESS SCHOOL. Avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

CONTENIDO FORMATIVO

INTRODUCCIÓN

MÓDULO 1. MARKETING TRADICIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO Y DEFINICIONES DEL MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN AL MARKETING TRADICIONAL

1. Las 4P del *marketing*
   -Producto
   -Precio
   -Promoción
   -Punto de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMUNICACIÓN O MARKETING OFFLINE

1. *Copywriting*
2. Géneros periodísticos
   -Noticia
   -Entrevista
   -Editorial
   -Crónica
   -Reportaje
   -Nota de prensa
3. Comunicación eficaz
4. *Storytelling*

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BRANDING

1. Identidad corporativa
   -Dimensión expresiva
   -Atributos de marca
2. Imagen de marca

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1. Antecedentes de la RSC
2. *Triple bottom line*
   -Ámbito económico
   -Ámbito social
   -Ámbito ambiental

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 2. PUBLICIDAD TRADICIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MEDIOS CONVENCIONALES

1. Televisión
2. Periódicos y revistas
3. Radio
4. Cine
5. Publicidad exterior

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDIOS NO CONVENCIONALES

1. Patrocinio y mecenazgo
2. *Marketing* directo
3. *Merchandising*
4. Publicidad *display*

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 3. MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEL MARKETING TRADICIONAL AL MARKETING DIGITAL

1. Las 4E y las 4F
2. Medios del *marketing* digital
   -Medios pagados
   -Medios propios
   -Medios ganados
3. Objetivos del *marketing* digital
   -Planteamiento de los objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIAS DE MARKETING

1. Estrategias de *inbound marketing*
   -Posicionamiento web
   -*Marketing* de contenidos
   -*Email marketing*
   -*Marketing* viral
   -*Video marketing*
   -Reputación *online*
2. Estrategias de *outbound marketing*
   -Publicidad *display*
   -*Intersitials*
   -*Remarketing* o *retargeting*
   -*Spots* audiovisuales
   -Campañas en redes sociales
   -Correo publicitario no deseado o *spam*

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLAN DE MARKETING DIGITAL

1. Estructura del plan de *marketing*

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GROWTH HACKING

1. Perfil del *growth hacker*
2. Herramientas de *growth hacking*

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 4. MÉTRICAS DEL MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LAS MÉTRICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MÉTODOS DE VALORACIÓN DE LA MARCA

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MÉTRICAS DE PUBLICIDAD

1. *Gross rating point* (GRP)
2. Cuota de inversión o notoriedad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MÉTRICAS DE MARKETING DIGITAL

1. Coste por clic (CPC)
2. Coste por mil impresiones (CPM)
3. *Click through rate* (CTR)
4. Índice de conversión (IDC)
5. Coste por visita (CPV)
6. Coste por adquisición (CPA)
7. Retorno de la inversión (ROI)

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 5. COMERCIO ELECTRÓNICO O E-COMMERCE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORIGEN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Ventajas del comercio electrónico
2. Desventajas del comercio electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Transacciones entre las administraciones y otras personas físicas o jurídicas (G2C)
2. Transacciones entre organizaciones (B2B)
3. Transacciones intraorganizacionales (B2E)
4. Transacciones entre empresas y consumidores finales (B2C)
5. Transacciones entre particulares (C2C)
6. Otras clasificaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)

1. WordPress
2. WooCommerce
3. PrestaShop
4. Magento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Chats y bots

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CASOS DE ÉXITO

1. Amazon
2. Alibaba

3. Zalando

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 6. DISEÑO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DISEÑO WEB

1. Accesibilidad
2. Usabilidad
   -Pirámide de prioridades
3. Interfaz

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CREACIÓN DE UN PROYECTO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HTML O LENGUAJE WEB

1. Estructura básica de un documento HTML

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ARQUITECTURA WEB

1. Inicio o *home*
2. Categorías
3. Fichas del producto
4. Carrito de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DISEÑO RESPONSIVE

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

SOLUCIONARIO

BIBLIOGRAFÍA