

INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DEL MARKETING

REF: **K016**

OBJETIVOS

- Introducir en el desarrollo efectivo de una comunicación en marketing planteando los objetivos, diseño del mensaje, selección de canales y presupuesto.
- Ver los factores que influyen en el desarrollo del mix de comunicación.
- Conocer las principales herramientas de comunicación en marketing: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y marketing directo.
- Destacar en cada uno de los instrumentos de comunicación sus características, aplicaciones, ventajas y desventajas.
- Adquirir los conocimientos básicos para realizar una planificación de medios publicitarios.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. EL MIX DE COMUNICACIÓN

- 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. Presupuesto de publicidad
- 2.2. Decisión del mensaje
- 2.3. Decisión del medio
- 2.4. Elección de los soportes dentro de un medio
- 2.5. Decisión del tiempo de emisión
- 2.6. Decisión del lugar geográfico
- 2.7. Valoración de la eficacia de la publicidad

3. PROMOCIÓN DE VENTAS

- 3.1. Introducción
- 3.2. Objetivos de las promociones
- 3.3. Decisiones de la promoción de ventas

4. RELACIONES PÚBLICAS

- 4.1. Introducción
- 4.2. Relaciones públicas en marketing
- 4.3. Plan de relaciones públicas
- 4.4. Comunicación de relaciones públicas versus publicitaria

5. MARKETING DIRECTO

- 5.1. Introducción
- 5.2. Marketing por correo
- 5.3. Marketing telefónico
- 5.4. Marketing basado en publicidad de respuesta directa
- 5.5. Comercio electrónico y marketing online
- 5.6. Marketing en dispositivos móviles