



INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

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 DE CONTENIDOS

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