



Curso

Curso en Comunicación Integrada de Marketing



INESEM
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Curso en Comunicación Integrada de Marketing

1. Sobre INESEM

2. Curso en Comunicación Integrada de Marketing

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

[Objetivos](#)

3. Programa académico

4. Metodología de Enseñanza

5. ¿Por qué elegir INESEM?

6. Orientación

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 en Comunicación Integrada de Marketing



| | |
|-----------|--------|
| DURACIÓN | 150 |
| PRECIO | 360 € |
| MODALIDAD | Online |

Entidad impartidora:



INESEM
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Curso

- 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

Gestionar la comunicación y el marketing desde un punto integral es fundamental para el éxito de cualquier estrategia de negocio. La alta competencia, la fragmentación de audiencias y el auge del entorno online hacen imprescindible tener un conocimiento profundo sobre el público objetivo al que nos dirigimos. Las outbound marketing se orientan cada vez más hacia el inbound marketing, a través de técnicas de marketing relacional que permitan a los negocios conectar con sus clientes potenciales y guiarles a través del funnel de ventas. Además, la comunicación debe darse en todas direcciones, donde el cliente será el centro de toda comunicación, ayudando al negocio mejorar su posicionamiento y reputación. Entender la Comunicación y el Marketing desde una perspectiva integrada garantizará el logro de los objetivos generales de la organización.

A quién va dirigido

Este Curso Comunicación Integrada de Marketing está dirigido a aquellos profesionales de marketing y comunicación que desean obtener una perspectiva global. Alcanzarás un alto grado de especialización en la gestión de clientes y en estrategias de marketing relacional. Por otro lado, esta formación se dirige a estudiantes y titulados que busquen especializarse en la CIM.

Objetivos

Con el Curso **Curso en Comunicación Integrada de Marketing** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Comprender la importancia de la Comunicación Integrada de Marketing o CIM y su relación con otras técnicas de Marketing.
- Aplicar técnicas de segmentación a priori o a posteriori.
- Mejorar la reputación corporativa a través de una estrategia de branding.
- Comprender el proceso de decisión del consumidor y sus factores sociológicos.
- Aprender técnicas de marketing relacional enfocadas al cliente con programas de fidelización.
- Elaborar estrategias de generación de leads como el Marketing de Permiso.
- Aplicar indicadores de resultados como las métricas de clientes.





¿Y, después?

Para qué te prepara

El Curso Comunicación Integrada de Marketing te prepara para implementar planes de Comunicación e integrarla con otras herramientas como son la Promoción de Ventas y las Relaciones Públicas. Conocerás una visión estratégica de Marketing basada en la Segmentación y Posicionamiento, así como en la Reputación Corporativa y el uso del Branding. Además serás capaz de generar relaciones a largo plazo que mejorarán los resultados de cualquier empresa.

Salidas Laborales

El Curso Comunicación Integrada de Marketing te capacita para desempeñar puestos de trabajo como Consultor en Comunicación, Consultor de Marketing estratégico, Experto en Gestión de Clientes, Especialista en Reputación Corporativa, Técnico de Marketing o Asesor en Comunicación Empresarial. Podrás colaborar en proyectos gestionando todo el proceso del plan de marketing de la empresa.

¿Por qué elegir INESEM?



PROGRAMA ACADÉMICO

Curso en Comunicación Integrada de Marketing

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

Módulo 2. **Marketing estratégico**

Módulo 3. **Marketing relacional**

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.

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

Módulo 3.

Marketing relacional

Unidad didáctica 1.

Conceptualización del marketing relacional

1. Marketing transaccional vs. Marketing relacional
2. Diferencias entre venta transaccional y venta relacional
3. Marketing relacional como marketing enfocado al cliente
4. Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional
5. Conceptos integrados en el marketing relacional

Unidad didáctica 2.

La fidelización del cliente como base del marketing relacional

1. La fidelización como objetivo del marketing relacional
2. Nivel de fidelidad de los clientes
3. Programas de fidelización
4. Objetivos de un programa de fidelización
5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales
6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

Unidad didáctica 3.

Fidelización de clientes online

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online
2. Conceptos de fidelización online
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización del cliente en Internet
5. Estructura de un plan de fidelización

Unidad didáctica 4.

Herramientas de análisis en los programas de fidelización

1. La base de datos
2. Creación de una base de datos
3. Elementos de una base de datos de marketing
4. Calidad de los datos
5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing
6. Data mining

Unidad didáctica 5.

La segmentación de clientes como principal herramienta para conocer al cliente

1. Segmentación tradicional vs. Segmentación de marketing relacional
2. Criterios de segmentación
3. Técnicas de análisis y segmentación de clientes
4. Segmentación en Internet
5. Geomarketing y segmentación

Unidad didáctica 6.

Métricas en marketing relacional

1. La importancia de medir los resultados
2. Definición de un plan de investigación
3. Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional
4. Métricas de clientes
5. Otros indicadores básicos

Unidad didáctica 7.

Generación de leads

1. Estrategias para captar leads de calidad
2. Utilización de email marketing para captar leads
3. Utilización de buscadores para la generación de leads
4. El permission 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.

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.

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.

Comunidad

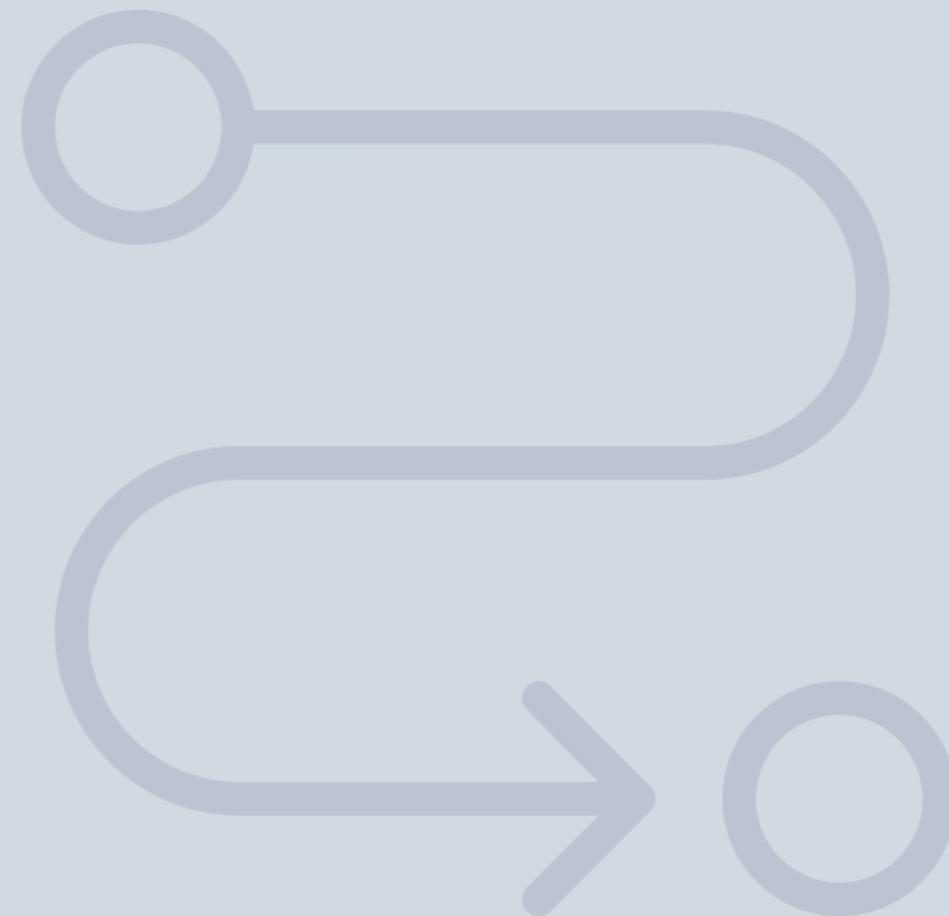
Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.





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. |

Curso

Curso en Comunicación Integrada de Marketing

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.