



**EDUCA
BUSINESS
SCHOOL**



FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Postgrado de Comunicación y Marketing

educa.net



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con **el Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones**, dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Postgrado de Comunicación y Marketing



DURACIÓN:

300 horas



MODALIDAD:

Online



PRECIO:

260 €

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



Titulación

Titulación Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la





Descripción

Si tiene interés en ampliar su formación sobre el marketing y la comunicación y especializarse en este sector este es su momento, con el Postgrado de Comunicación y Marketing podrá adquirir los conocimientos y técnicas oportunas para desempeñar esta función con éxito. La Comunicación es una tarea esencial e imprescindible dentro de cualquier actividad. En la actualidad la comunicación se utiliza en todas las áreas de trabajo y se le otorga además una gran relevancia.

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.
- Aprender las diferentes técnicas existentes para la valoración de resultados obtenidos.
- Explicar el proceso comunicativo así como los componentes que intervienen en él.
- Conocer cómo es tratada la información y enviada dentro y fuera de la empresa gracias a la comunicación que se establece en la misma.
- Defender y expresar las ideas con éxito públicamente, aprendiendo para ello las técnicas más eficaces.

A quién va dirigido

Este Postgrado de Comunicación y Marketing está dirigido a personas interesadas en conocer las técnicas oportunas para mejorar la comunicación en la empresa así como a expresarse en público. Además es interesante para profesionales que quieran seguir formándose en la materia.

Para qué te prepara

El Postgrado de Comunicación y Marketing le prepara para Conocer a fondo el entorno de la empresa en relación con las técnicas de comunicación, aprendiendo lo referente para hablar en público y gestionar los aspectos de marketing ligados a este ámbito.

Salidas Laborales

Marketing / Comunicación.

Materiales Didácticos



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Dirección de Planes de Marketing'
- Manual teórico 'Curso Práctico de Técnicas para Hablar en Público'
- Manual teórico 'Comunicación en la Empresa para Secretariado de Dirección'
- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Comunicación en la Empresa para Secretariado de Dirección'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno

Formas de Pago

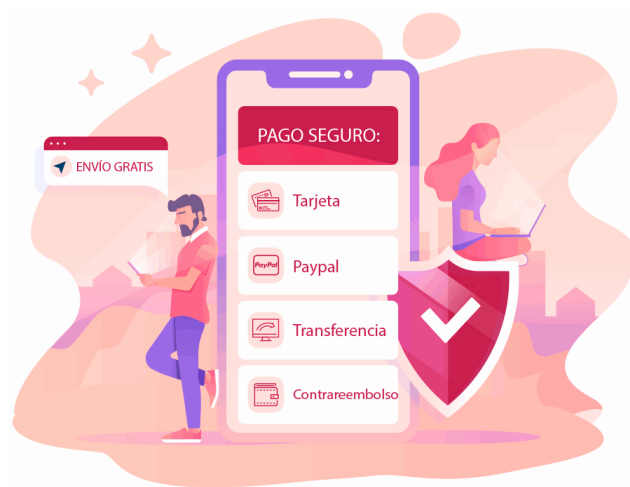
- Contrareembolso
- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

30% Beca Desempleo: Para quienes atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

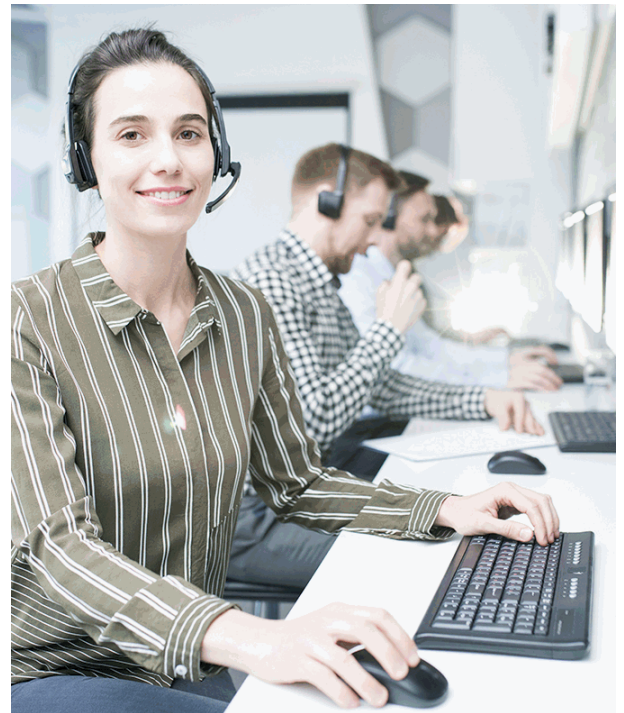
El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



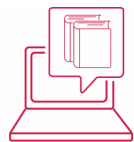
Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

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.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. MARKETING MANAGEMENT

MÓDULO 1. MARKETING MANAGEMENT I

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

PARTE 2. COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PROCESO DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

- 1.Elementos del proceso de comunicación
- 2.Tipos de comunicación
- 3.La comunicación informal
- 4.Efectos de la comunicación
- 5.Obstáculos o barreras para la comunicación
- 6.Decálogo de la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

- 1.Las relaciones en la empresa: humanas y laborales
- 2.Tratamiento y flujo de la información en la empresa
- 3.La comunicación interna de la empresa
- 4.La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones
- 5.La comunicación externa de la empresa
- 6.La relación entre organización y comunicación en la empresa: centralización o descentralización
- 7.Herramientas de comunicación interna y externa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN ORAL I

- 1.La comunicación oral en la empresa
- 2.Precisión y claridad en el lenguaje

- 3.Elementos de la comunicación oral eficaz
- 4.Técnicas de intervención verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA COMUNICACIÓN ORAL II

- 1.Formas de comunicación oral en la empresa
- 2.Hablar en público
- 3.La entrevista en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

- 1.Proceso de comunicación telefónica
- 2.Prestaciones habituales
- 3.Medios y equipos
- 4.Realización de llamadas
- 5.Protocolo telefónico

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMUNICACIÓN ESCRITA

- 1.Normas generales de la comunicación escrita
- 2.Estilos de redacción: técnicas de sintetización de contenidos
- 3.Técnicas y normas gramaticales
- 4.Diccionarios

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FORMAS DE COMUNICACIÓN ESCRITA

- 1.Partes generales de la redacción
- 2.Documentos de comunicación interna
- 3.Documentos de comunicación externa
- 4.La carta comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN NO VERBAL

- 1.El lenguaje no verbal
- 2.Relaciones entre la conducta verbal y no verbal
- 3.Entablar relaciones

PARTE 3. HABLAR EN PÚBLICO

MÓDULO 1. TÉCNICAS PARA HABLAR EN PÚBLICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA IMPORTANCIA DE HABLAR BIEN

- 1.Introducción
- 2.La oratoria
- 3.Técnica y procedimiento de la oratoria: la retórica
- 4.Las ventajas de ser un buen orador
- 5.Objetivos del orador
- 6.La mejor forma de conectar con el público

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CÓMO AFRONTAR EL MIEDO A HABLAR EN PÚBLICO

- 1.Timidez y ansiedad social

2. Técnicas para afrontar el miedo a hablar en público

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA ASERTIVIDAD

1. Introducción
2. Técnicas de asertividad
3. Tipología de personas
4. Estrategias asertivas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÓMO PREPARAR LA INTERVENCIÓN

1. La Preparación de la intervención
2. El estilo de la intervención
3. El factor tiempo
4. El público
5. El contexto de la intervención
6. El contenido
7. El día del acto
8. La intervención

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA PRESENTACIÓN

1. Preparación de la presentación
2. Desarrollo de la presentación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APOYOS TÉCNICOS

1. Apoyos técnicos a la eficacia de una charla
2. Los recursos audiovisuales
3. Las fichas de apoyo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA ESCUCHA

1. Introducción
2. Como mejorar la capacidad de escuchar
3. Tipos de Preguntas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA EN EL SECTOR DE LAS VENTAS

1. Introducción
2. Conocimientos a tener en cuenta
3. Cualidades fundamentales
4. La persona con capacidad de persuasión
5. Información personal previa que se puede obtener
6. Clasificación sobre tipos de clientes/as
7. Elementos de la comunicación comercial
8. Estrategias para mejorar la comunicación
9. Comunicación dentro de la empresa
10. Dispositivos de Información

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TRATO DE QUEJAS Y MANEJO DE CONFLICTOS

1. Introducción

- 2.¿Por qué surgen las reclamaciones?
- 3.Directrices en el tratamiento de quejas y objeciones
- 4.¿Qué hacer ante el cliente?
- 5.¿Qué no hacer ante el cliente?
- 6.Actitud ante las quejas y reclamaciones
- 7.Tratamiento de dudas y objeciones

