

INENKA

BUSINESS SCHOOL

MÁSTER EN COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y MARKETING VIRAL

CON CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA INTERNACIONAL + RECONOCIMIENTO DE 60 ECTS Y
PRÁCTICAS GARANTIZADAS

INA062

www.escuelainenka.com



Certificación universitaria internacional



Escuela asociada a:



CECAP

a3en



DESTINATARIOS

El **Máster en Comunicación, Publicidad y Marketing Viral** está dirigido a todas aquellas personas que deseen ampliar sus conocimientos en el ámbito de la comunicación y el marketing online. Durante la titulación, el alumno estudiará los elementos que intervienen en el proceso de comunicación, así como los distintas herramientas que se utilizan tanto en la comunicación interna como en la externa. Una vez adquiridos estos conocimientos, el estudiante aprenderá las principales técnicas de comunicación publicitaria, los canales de comunicación que se pueden utilizar, el funcionamiento de una agencia publicitaria y los distintos medios publicitarios que existen. Por otro lado, el alumno también se formará en el ámbito de las relaciones públicas y adquirirá todos los conocimientos necesarios para ejercer de Community Manager y poder gestionar la comunidad online y las distintas redes sociales de una empresa. Además, estudiará las estrategias de marketing viral y de redes sociales.



MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.
- **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

Ambas modalidades incluyen **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** en empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.



DURACIÓN

La duración del curso es de 1500h, reconocidas con 60 ECTS.



IMPORTE

Importe Original: ~~3600€~~

Importe Actual: 1800€



CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el **“MÁSTER EN COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y MARKETING VIRAL”**, de INENKA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

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

Junto al diploma, el alumno recibirá un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además el alumno recibirá una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 60 ECTS.



CONTENIDO FORMATIVO

MÓDULO 1. TEORÍA. RELACIONES PÚBLICAS

UNIDAD FORMATIVA 1. COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

1. Concepto de la comunicación
2. Elementos que intervienen en el proceso de comunicación
3. Teorías de la comunicación según el contexto
4. Tipos de comunicación
5. Efectos y obstáculos de la comunicación
6. Decálogo de la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

1. Comunicación e información
2. Las relaciones en la empresa: humanas y laborales
3. Tratamiento y flujo de la información en la empresa
4. Tipos de comunicación en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN LA EMPRESA

1. La comunicación interna
2. La comunicación externa
3. Herramientas de comunicación interna y externa

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. La Comunicación comercial
2. Fuentes de información de la comunicación comercial
3. Identidad e imagen corporativa

UNIDAD FORMATIVA 2. PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA PUBLICIDAD

1. Concepto de publicidad
2. Procesos de comunicación publicitaria
3. Técnicas de comunicación publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA EMPRESA ANUNCIANTE

1. El departamento de publicidad en la empresa
2. Selección de la empresa publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA AGENCIA PUBLICITARIA

1. La agencia de publicidad
2. Estructura y funciones
3. Clasificación de agencias de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL CANAL DE COMUNICACIÓN EN LA PUBLICIDAD

1. Concepto y clasificación
2. Medios publicitarios
3. Internet y publicidad
4. Estrategias publicitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. Definición y concepto de Relaciones Públicas
2. Cómo montar una operación de Relaciones Públicas

UNIDAD FORMATIVA 3. RELACIONES PÚBLICAS Y LA WEB 2.0: EXPERTO EN MARKETING VIRAL

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA

1. Concepto de protocolo
2. Tipos de protocolo
3. Protocolo en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 11. RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING

1. Introducción
2. La publicidad y la Web
3. El marketing unidireccional de la interrupción
4. Antiguas normas del marketing
5. Las relaciones públicas y la prensa
6. Antiguas normas de las relaciones públicas
7. Nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3. Funciones y responsabilidades de un Community Manager
4. Los objetivos de un Community Manager
5. Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 13. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (I)

1. Medios sociales
2. Redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 14. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (II)

1. Blogs
2. Microblogging
3. Wikis
4. Podcast
5. Plataformas de vídeo
6. Plataformas de fotografía

UNIDAD DIDÁCTICA 15. MARKETING VIRAL. EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

1. ¿Qué es el marketing viral?
2. Procesos del marketing viral
3. La importancia de los contenidos en la Web
4. Estrategias de marketing y relaciones públicas
5. Marketing y las redes sociales

MÓDULO 2. CDROM. MARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EJEMPLO PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EJEMPLO PLAN DE PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJEMPLO PLAN DE MEDIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EJEMPLO PLAN DE VENTAS