







IN  
—  
BU

***Postgrado en Branding***  
***Brand***



# INESEM

---

## SINESS SCHOOL

***y Técnicas Publicitarias:  
Manager***

**+ Información Gratis**

**titulación de formación continua bonificada  
empresarial**

# ***Postgrado en Branding Brand***

***duración total:*** 300 horas

***horas telefo***

***precio:*** 0 € \*

***modalidad:*** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

**+ Información Gratis**

## *descripción*

Si desea ser un experto en Branding y Técnicas Publicitarias de comunicación digital este es su momento, con el Curso aprenderá a realizar esta función de la mejor manera posible. Hoy en día es el éxito de las empresas, por lo que es necesario aprender a comunicarnos en él, por ello este Curso en Branding y Técnicas proporciona los conocimientos necesarios para una correcta realización de las diferentes técnicas de comunicación digital y las herramientas como las redes sociales.

**+ Información Gratis**



**+ Información Gratis**

[www.formacioncontinua.eu](http://www.formacioncontinua.eu)

información y





## *a quién va dirigido*

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que posean conocimientos técnicos en este área.

**+ Información Gratis**

## objetivos

- Describir las funciones de la comunicación en el ámbito de las técnicas específicas de marketing y comercio electrónico y el consumidor.
- Descubrir las características e innovaciones que vendrán a cambiar el funcionamiento de las principales herramientas de comunicación.
- Conocer las distintas estrategias de publicidad que ofrecen los medios como aprender a crear campañas y promociones de venta.
- Aprender a crear campañas y promociones de venta online.
- Conocer las diferentes redes sociales y crear estrategias de comunicación.
- Aprender la necesidad de la publicidad en internet.
- Analizar el proceso de comunicación publicitaria identificando las tendencias más idóneas.
- Desarrollar en profundidad el concepto de publicidad y su evolución.
- Identificar el papel que la publicidad desempeña dentro del marketing.
- Diferenciar los distintos medios publicitarios, identificar sus características y conceptos y términos ligados a la publicidad, la comunicación y el marketing.

**+ Información Gratis**

correspondientes connotaciones con el mundo laboral y nos ocupan.

### *para qué te prepara*

Este Curso en Branding y Técnicas Publicitarias dota al alumno de las herramientas de la web 2.0 y de las redes sociales. Podrá realizar estrategias de marketing en plataformas de internet, además de saber comunicar información en Internet. Online en Branding y Técnicas Publicitarias podrá ser útil para la imagen de marca para su éxito en internet.

### *salidas laborales*

Gestión de comunicación digital / Comunicación empresarial electrónica / Branding.

**+ Información Gratis**

## *titulación*

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología un Diploma Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las asignaturas del curso en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del curso, el nombre del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno ha superado el curso, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de los centros emisor de la titulación (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).

**+ Información Gratis**



## INSTITUTO EUROPEO DE EST

como centro de Formación acreditado para la im  
EXPIDE LA SIGUIENTE

**NOMBRE DEL A**

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los

**Nombre de la Acc**

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formac  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con

Con una calificación de €

Y para que conste expido la pre  
Granada, a (día) de (m

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Sello



*forma de bonificación*

+ Información Gratis

[www.formacioncontinua.eu](http://www.formacioncontinua.eu)

información y

## UDIOS EMPRESARIALES

partición a nivel nacional de formación  
TITULACIÓN

ALUMNO/A

estudios correspondientes de

## ión Formativa

ión INESEM en la convocatoria de XXXX  
número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

SOBRESALIENTE

esente TITULACIÓN en  
es) de (año)

Firma del alumno/a

NOMBRE DEL ALUMNO/A



- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los 3 meses a la Seguridad Social.

**+ Información Gratis**



## *metodología*

El alumno comienza su andadura en INESEM a través de una metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar por un itinerario formativo, así como realizar las actividades y actividades del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final con un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder pasar.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán seguimiento de todos los progresos del alumno así como estableciendo consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar toda su actividad en la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad de Aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

**+ Información Gratis**

## *materiales didácticos*

- Manual teórico 'Técnicas Publicitarias'
- Manual teórico 'Branding y Gestión de Marca'

**+ Información Gratis**



**+ Información Gratis**

[www.formacioncontinua.eu](http://www.formacioncontinua.eu)

información y



*profesorado y servicio de tutorías*

**+ Información Gratis**

Nuestro equipo docente estará a su disposición para todo el contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Puede contactar con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o WhatsApp. Hemos elaborado un documento denominado “Guía del Alumno” entregado en formato PDF. Contamos con una extensa plantilla de profesores especialistas en el área, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formadores para poder como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas, etc. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas y recibir una respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas para poder hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede acceder al curso desde el mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando trámites.

+ Información Gratis

**+ Información Gratis**

[www.formacioncontinua.eu](http://www.formacioncontinua.eu)

información y



**+ Información Gratis**

[www.formacioncontinua.eu](http://www.formacioncontinua.eu)

información y



# cas Publicitarias: Brand Manager



y matrículas: 958 050 240

fax: 958 050 245

## *plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario de fin.

## *campus virtual online*

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad

**+ Información Gratis**

ra la finalización del curso, que dependerá de la  
o formativo con una fecha de inicio y una fecha

rsos de modalidad online, el campus virtual  
y ejercicios interactivos.

## *comunidad*

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y pron para aprender idiomas...

## *revista digital*

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, p artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de opo administración, ferias sobre formación, etc.

## *secretaría*

**+ Información Gratis**

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestro equipo de matriculación, envío de documentación y solución de dudas.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede consultar sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, así como el seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM.

*programa formativo*

## PARTE 1. BRANDING Y GESTIÓN DE MARCAS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES UNA MARCA? DEFINICIÓN Y TIPOS

1. ¿Qué es una marca?
2. Naturaleza y estructura de la marca

+ Información Gratis

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE CREACIÓN I**

- 1.La Planificación estratégica
- 2.Valor de Marca: Brand Equity
- 3.Marcas Corporativas y Marca Producto

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA MARCA Y SU COMUNICAC**

- 1.Métodos Tradicionales de Comunicación
- 2.La Presencia de la Marca en el Medio Online
- 3.La Imagen como Comunicadora

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS Y GESTIÓN DE**

- 1.Modelo de Arquitectura de Marcas
- 2.El Brand Manager Como Gestor
- 3.Brand Meaning Management - Identidad de Marca 3
- 4.El Storytelling
- 5.Branded Content y Product Placement
- 6.Personal Branding- Cómo Crear tu Propia Marca
- 7.Otras Manifestaciones - Cool Hunting, Detección de
- 8.El Packaging
- 9.Merchandising o la Marca Convertida en Producto
- 10.Servicios de Información Tecnológica de la OEPM

**+ Información Gratis**

# PARTE 2. TÉCNICAS PUBLICITARIAS

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD

- 1.La comunicación comercial
- 2.El mix de comunicación comercial: la venta personal y el marketing directo
- 3.La comunicación global de la empresa: identidad e imagen

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD

- 1.Definición de Publicidad
- 2.Procesos de Comunicación Publicitaria
- 3.Técnicas de Comunicación Publicitaria

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA EMPRESA ANUNCIANTE. E

- 1.Necesidad del Departamento de Publicidad en la empresa
- 2.Funciones del Departamento de Publicidad
- 3.Determinación del presupuesto publicitario
- 4.La selección de la empresa de publicidad

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AGENCIA PUBLICITARIA. I

- 1.La Agencia de Publicidad
- 2.Organigrama de una Agencia Publicitaria
- 3.Clasificación de las Agencias

+ Información Gratis

4.El fundamento económico y las relaciones

## **UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CANAL DE COMUNICACIÓN**

1.Concepto y clasificación

2.Medios Publicitarios

3.Internet y Publicidad

4.Animación y Marketing

5.Telemarketing

6.Estrategias Publicitarias

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PLATAFORMA COMERCIAL**

1.Introducción

2.El cliente actual

3.El cliente potencial

4.Plataforma Comercial de Mercado

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN**

1.El entorno de las Organizaciones

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES**

1.El estudio del comportamiento de compra: características

2.Los condicionamientos del comportamiento de compra

3.Tipos de comportamiento de compra y etapas en el

**+ Información Gratis**



4.El comportamiento de compra de las organizaciones  
proceso de compra industrial

### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

- 1.Importancia de la estrategia de segmentación del mercado
- 2.Los criterios de segmentación de mercados de consumo
- 3.Las estrategias de cobertura del mercado
- 4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori

### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL ATRACTIVO DEL MERCADO**

- 1.El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y tipos
- 2.Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación
- 3.Los modelos explicativos de la selección y del intercambio
- 4.Los factores condicionantes del atractivo estructural

### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

- 1.Componentes de un sistema de información de marketing
- 2.Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercado
- 3.Metodología para la realización de un estudio de investigación

+ Información Gratis

**+ Información Gratis**

[www.formacioncontinua.eu](http://www.formacioncontinua.eu)

información y