



MAESTRÍA INTERNACIONAL EN MARKETING RELACIONAL PUBLICIDAD PROMOCIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS



En un mundo competitivo, con exceso de ofertas y estímulos que se centran en la captura de nuevos clientes, sumado al ambiente de incertidumbre por la complejidad que van tomando los mercados, se hace absolutamente necesario crear valor a través de la diferenciación y fidelización de los clientes. Esto demanda capacidades que permitan adaptarse a las nuevas formas que existen hoy para generar valor a través de la interacción, la creatividad, comunicación y el servicio.

OBJETIVOS

- Conocer y comprender los conceptos fundamentales de Marketing Relacional moderno y facilitar herramientas de gestión para la implementación y monitoreo de programas de marketing directo, y revisión de canales de contacto.
- Aplicar los conocimientos y herramientas en el diseño y desarrollo de un plan de marketing relacional.
- Desarrollar competencias en los ejecutivos modernos a través de las herramientas que brindan las relaciones públicas.
- Desarrollar habilidades y técnicas que le permitan al participante estructurar una estrategia para la implementación de un plan de Comunicación Integral, utilizando los enfoques contemporáneos de marketing.

- Capacitar al participante en los más importantes campos de la Publicidad, entendiendo esta como uno de los más importantes fenómenos socioculturales característicos de nuestros días, tales como el proceso creativo, la planeación de medios, el análisis de impacto y el desarrollo de la campaña entre otros.

CONTENIDO PROGRAMÁTICO

BLOQUE 1.MARKETING RELACIONAL.-

- 1.MARKETING DE RELACIONES
 - 2.MARKETING TRANSACCIONAL Y MARKETING RELACIONAL
 - 3.CONCEPTUALIZANDO EL MARKETING RELACIONAL
 - 4.FIDELIZACION
 - 5.CAUSAS DE FIDELIDAD
 - 6.GESTIÓN DEL SERVICIO
 - 7.CALIDAD DEL SERVICIO
 - 8.IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE CALIDAD
 - 9.ORIENTACION AL CONSUMIDOR
 - 9.MARKETING INTERNO
 - 10.CRM ENFOCADO EN EL CLIENTE
 - 11.ALGUNAS CONSIDERACIONES ACERCA DE M.R.
 - 12.PROFUNDIZANDO EN MARKETING RELACIONAL
- M.C.COMO MEJORAR UNA ESTRATEGIA RELACIONAL
- M.C.FIDELIZACION DE CLIENTES Y PYMES
- M.C.FIDELIZACION

M.C.IMPLICACIONES ESTRATEGICAS DEL MARKETING RELACIONAL

M.C.LAS 5 PIRAMIDES DEL MARKETING RELACIONAL

M.C.MARKETING RELACIONAL Y OPORTUNIDADES EN INTERNET

BLOQUE 2.PUBLICIDAD.-

1.LA PUBLICIDAD

2.LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD 2.LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD 2.LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD

3.EL PRODUCTO

4.EL POSICIONAMIENTO

5.EL MENSAJE PUBLICITARIO

6.EL ESTILO Y LA COMPOSICIÓN

7.LA CAMPAÑA PUBLICITARIA

8.EL PRESUPUESTO PUBLICITARIO

9.EL DISEÑO DE UNA EFICAZ CAMPAÑA DE PRENSA

10.PUBLICIDAD SUBLIMINAL

11.PUBLICIDAD Y TELEMERCADERO

12.PUBLICIDAD Y ESTRATEGIA

13.VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA PUBLICIDAD

14.LOS VALORES DE LA PUBLICIDAD

M.C.DIFERENCIAS CONCEPTUALES ENTRE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

M.C.LOS TEXTOS PUBLICITARIOS

M.C.NUEVAS TENDENCIAS EN LA PUBLICIDAD DEL SIGLO 21

M.C.PSICOLOGIA Y PUBLICIDAD

BLOQUE 3.TECNICAS DE PROMOCION.-

1.PROMOCIÓN DE VENTAS

2.CONCEPTOS DE PROMOCIÓN

3.ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

4.LA PROMOCIÓN DEL PRODUCTO

5.DESAFIOS Y ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN COMERCIAL PARA PYMES

6.LA MEZCLA DE PROMOCIÓN

7.OBJETIVOS DE LA PROMOCIÓN

8.PLANIFICANDO UNA PROMOCIÓN DE VENTAS

9.PROMOCIÓN WEB

10.PROMOCION COMERCIAL Y TRÁFICO DE CLIENTES

11.PATROCINIO Y PROMOCIÓN

12.PROMOCIÓN EN FERIAS Y EXPOSICIONES

13.REGALOS PROMOCIONALES

14.LA MARCA Y SU ESTRATEGIA

15.PUBLICIDAD PROMOCIÓN RELACIONES PÚBLICAS

M.C.DECISIONES SOBRE PROMOCION Y COMUNICACIÓN

M.C.MERCHANDISING Y PUBLICIDAD EN EL PUNTO DE VENTA

M.C.PROMOCIÓN DE VENTAS EN MERCADOSDE CONSUMO

BLOQUE 4.RELACIONES PUBLICAS.-

1. UNA INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES PÚBLICAS
 3. EL PLANEAMIENTO EN RRPP
 4. LAS RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS EN LA GESTION EMPRESARIAL
 5. RELACIONES PUBLICAS Y LA GESTION DE LOS PUBLICOS EN EVENTOS
 6. RRPP Y FUNDRAISING
 7. RRPP INTERNACIONALES
 - 8.HERRAMIENTAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS
 - 9.LOS FUNDAMENTOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS
 - 10.NEGOCIACIÓN DE RR PÚBLICAS EN LAS EMPRESAS
 - 11.RELACIONES PUBLICAS INTERNAS Y EXTERNAS
 - 12.RELACIONES PUBLICAS Y COMUNICACIÓN
 - 13.PLANIFICACIÓN DE UNA ACCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS
 - 14.HABILIDADES DE COMUNICACIÓN PARA LAS RRPP
 - 15.LAS NOTAS DE PRENSA
 16. CEREMONIAL PROTOCOLO Y RRPP EN LA EMPRESA
 17. ALGUNAS VENTAJAS DEL PROTOCOLO EMPRESARIAL
- M.C. RR PUBLICAS CONCEPTO PRACTICA Y CRITICA
- M.C. RR PUBLICAS EN LA GESTION DE LA COMUNICACION INTERNA
- M.C.ESTRATEGIAS Y TACTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRADORA EN RRPP
- M.C.PLANEACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE RRPP

BLOQUE 5.-

Acceso a la página de videos relacionados con la temática de la Maestría.

