



DIPLOMADO
en Estrategias
de Comunicación
360°



Objetivo

“ Proporcionar a los participantes un panorama integral de los “diferentes y similares” procesos que lleva hacer una campaña desde el punto de vista de un Mercadólogo, Comunicólogo, Relacionista Público y de un Publicista, y cómo pueden relacionarse para generar una campaña integral (360°) que le permita a la empresa o cliente incrementar su producto y reducir sus costos. ”

Conocer a fondo la dinámica social actual, los grupos de influencia, y las tendencias que se prevén en el futuro inmediato. Perfeccionar las técnicas para detectar los nuevos segmentos de mercado, y la forma más efectiva de dirigirse a ellos. Disponer de la visión estratégica y operativa adecuada que le permita tomar sus decisiones. Tener un enfoque diferencial a la hora de concebir planes y acciones de marketing y comunicación. Estar en las condiciones óptimas para el desempeño profesional en la nueva comunicación.

Objetivos específicos

- **Reflexionar** sobre los diferentes públicos existentes para un producto o servicio.
- **Contar** con los conocimientos básicos para desarrollar, de una manera eficaz y creativa, una estrategia integral que impulse al producto o servicio por el cual se está trabajando.
- **Identificar** cómo se da el proceso de comunicación para todos nuestros clientes (internos y externos).
- **Conocer** las herramientas funcionales, primordiales y necesarias para poder difundir nuestros mensajes a los respectivos públicos (internos y externos).

Dirigido a

- Ejecutivos del área de mercadotecnia, publicidad, relaciones públicas, promoción y ventas de todo tipo de empresas (fabricantes de productos, o proveedoras de diversos servicios).
- Directivos y colaboradores, con responsabilidad ejecutiva y operativa, involucrados en el área de comunicación social e imagen de cualquier institución u organismo público.
- Estudiantes de licenciatura y maestría de las carreras de comunicación, publicidad, mercadotecnia, administración de empresas e imagen pública.

Propuesta y esquema

- El diplomado consta de cuatro módulos, divididos en 16 sesiones de 4 horas cada una.
- Teórico 50% y Práctico 50% para revisión y análisis de casos, prácticas, ejercicio y desarrollo del Diplomado.
- Incluye:
 - Carpeta con el contenido de las presentaciones.
 - CD con el contenido de las prácticas y sinopsis.
 - Diploma Certificado de participación.

**Cupo mínimo de 5 alumnos*



Temario

MÓDULO 1

La comunicación 360º

1. La comunicación 360º y los nuevos retos que plantea
2. La investigación cualitativa actual
3. Los nuevos medios de difusión
4. La segmentación y el mercado en los nuevos grupos: Pink Market, Tweens, DYNKS...

Mercadotecnia

1. Conceptos y herramientas de mercadotecnia
2. Planes integrales de mercadotecnia
3. Técnicas de mercadotecnia offline y online
4. Nuevas formas de hacer mercadotecnia
5. Planeación estratégica para la construcción de planes de mercadotecnia
6. Práctica (Planeación, desarrollo y ejecución de una campaña de comunicación)

MÓDULO 2

Comunicación

1. Conceptos y herramientas de comunicación
2. Campañas de comunicación internas y externas
3. Planeación estratégica para la construcción de campañas
4. Nuevas formas de hacer comunicación
5. Práctica (Planeación, desarrollo y ejecución de una campaña de comunicación)

MÓDULO 3

Publicidad

1. Conceptos y herramientas de publicidad
2. Campañas de publicidad para productos y servicios
La importancia del Prosumer
3. Planeación estratégica para la construcción de campañas
Publicidad convencional y BTL
4. Nuevas formas de hacer publicidad
5. Práctica (Planeación, desarrollo y ejecución de una campaña publicitaria)

MÓDULO 4

Relaciones públicas

1. Conceptos y herramientas de las relaciones públicas
2. Campañas de relaciones públicas para los 8 públicos
3. Planeación estratégica para la construcción de campañas
Branding-Relaciones Públicas-Patrocinio y Mecenazgo
4. Nuevas formas de hacer relaciones públicas
5. Práctica (Planeación, desarrollo y ejecución de una campaña de relaciones públicas)