



INESEM
Instituto Europeo de
Estudios Empresariales

Técnico Superior en Relaciones Públicas

+ Información Gratis

Titulación Oficial avalada por la Administración Pública

Técnico Superior en Relaciones Públicas

Duración: 300 horas

Precio: 0 € *

Modalidad: A distancia

* 100 % bonificable para trabajadores.

Descripción

Internet ha provocado una revolución en el mundo de la comunicación en todos los niveles, que también afecta al mundo empresarial y comercial, donde se pueden desarrollar nuevas técnicas para llegar al público empleando otros medios que están demostrando ser más efectivos.



A quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

Objetivos

Se pretende que el alumno sea capaz de reconocer y poner en práctica los procesos que hacen que una empresa obtenga éxito a través de los diferentes medios que Internet ofrece. Debe ser capaz de elaborar un Plan Empresarial de Marketing Viral y de conocer cómo funciona y para qué se usan las diferentes herramientas que la Web, y la comunidad que la integra, proporciona.

Para que te prepara

El curso proporciona los conocimientos necesarios para conocer las diferentes técnicas y estrategias que ayudarán a desarrollar una actividad comercial en la red, valiéndose de las nuevas posibilidades que el auge de las redes sociales y otros medios online proporcionan para la difusión de los productos y servicios de una empresa. Además, se ofrecen conocimientos básicos de comunicación y publicidad orientados a dicha actividad.

Salidas laborales

Responsable en el área de Comunicación, Marketing y Relaciones Públicas de una empresa.

Titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial 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 (Instituto Europeo de Estudios Empresariales, Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo y Fondo Social Europeo).



Forma de subvención

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios.

Los materiales son de tipo monográfico, de sencilla lectura y de carácter eminentemente práctico. La metodología a seguir se basa en leer el manual teórico, a la vez que se responden las distintas cuestiones y ejercicios que se incluyen dentro del cuaderno de ejercicios.

Así mismo podrá visualizar los contenidos del CDROM que se incluyen como material complementario de consulta al curso.

Para su evaluación, el alumno/a deberá hacernos llegar en el sobre de franqueo en destino, dicho cuaderno de ejercicios. La titulación será remitida al alumno/a por correo, una vez se haya comprobado el nivel de satisfacción previsto (60% del total de las respuestas).

Materiales didácticos

- Manual teórico 'Relaciones Públicas'
- Cuaderno de ejercicios
- CDROM 'Marketing, Publicidad, Medios y Ventas'



Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta con rapidez.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

Si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada.

Campus virtual online

Especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de INESEM ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

Revista digital

El alumno podrá 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, etc.

Programa formativo

PARTE 1. TEORÍA. RELACIONES PÚBLICAS

MODULO I. COMUNICACIÓN

TEMA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

Concepto de la comunicación

Elementos que intervienen en el proceso de comunicación

Teorías de la comunicación según el contexto

Tipos de comunicación

Efectos y obstáculos de la comunicación

Decálogo de la comunicación

TEMA 2. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

Comunicación e información

Las relaciones en la empresa: humanas y laborales

Tratamiento y flujo de la información en la empresa

Tipos de comunicación en la empresa

TEMA 3. LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN LA EMPRESA

La comunicación interna

La comunicación externa

Herramientas de comunicación interna y externa

TEMA 4. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

La Comunicación comercial

Fuentes de información de la comunicación comercial

Identidad e imagen corporativa

MODULO II. PUBLICIDAD

TEMA 5. LA PUBLICIDAD

Concepto de publicidad

Procesos de comunicación publicitaria

Técnicas de comunicación publicitaria

TEMA 6. LA EMPRESA ANUNCIANTE

El departamento de publicidad en la empresa

Selección de la empresa publicitaria

TEMA 7. LA AGENCIA PUBLICITARIA

La agencia de publicidad

Estructura y funciones

Clasificación de agencias de publicidad

TEMA 8. EL CANAL DE COMUNICACIÓN EN LA PUBLICIDAD

Concepto y clasificación

Medios publicitarios

Internet y publicidad

Estrategias publicitarias

TEMA 9. INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES PÚBLICAS

Definición y concepto de Relaciones Públicas

Cómo montar una operación de Relaciones Públicas

MODULO III. RELACIONES PÚBLICAS Y LA WEB 2.0: EXPERTO EN MARKETING VIRAL

TEMA 10. EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA

Concepto de protocolo

Tipos de protocolo

Protocolo en la empresa

TEMA 11. RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING

Introducción

La publicidad y la Web

El marketing unidireccional de la interrupción

Antiguas normas del marketing

Las relaciones públicas y la prensa

Antiguas normas de las relaciones públicas

Nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas

TEMA 12. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?

Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager

Funciones y responsabilidades de un Community Manager

Los objetivos de un Community Manager

Tipos de Community Manager

TEMA 13. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (I)

Medios sociales

Redes sociales

TEMA 14. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (II)

Blogs

Microblogging

Wikis

Podcast

Plataformas de vídeo

Plataformas de fotografía

TEMA 15. MARKETING VIRAL. EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

¿Qué es el marketing viral?

Procesos del marketing viral

La importancia de los contenidos en la Web

Estrategias de marketing y relaciones públicas

Marketing y las redes sociales

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

TEMA 1. EJEMPLO PLAN DE MARKETING

TEMA 2. EJEMPLO PLAN DE PUBLICIDAD

TEMA 3. EJEMPLO PLAN DE MEDIOS

TEMA 4. EJEMPLO PLAN DE VENTAS