



UCAM
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE MURCIA

DIPLOMA UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN 360°



Más información:



 MODALIDAD Presencial	 CAMPUS Murcia	 DURACIÓN 2 semanas	 CRÉDITOS 4 ECTS	 MÍNIMO 10 estudiantes
---	---	--	--	---

Presentación

El curso permitirá explorar el campo de la comunicación estratégica desde diferentes perspectivas, con el fin de obtener una perspectiva holística. Estudiar la importancia del retorno de la inversión (ROI) a través de las mediciones de audiencias en entornos digitales y convencionales, la imbricación de los eventos de marketing en el plan estratégico de comunicación, la necesidad de construir un relato atractivo para los stakeholders y la necesidad de concebir las marcas desde una visión totalizadora para construir una reputación social consistente. En suma, analizar la Comunicación Organizacional desde un contexto estratégico y global, para comprender la Comunicación Institucional actual.

Información adicional

- **Lugar:** Campus de la UCAM (Murcia)
- **Horas lectivas:** 40 horas
- **Horario:** De lunes a viernes. De 09:00-14:00 h. y 16:00-21:00 h.

Plan de estudios

MÓDULO I. La medición de las audiencias en entornos offline y online

Investigación, metodologías, estrategias y tácticas en la información. SPSS para la investigación de targets.

Planificación y selección de soportes de comunicación de una campaña de publicidad. Características y formatos publicitarios en medios de comunicación convencionales: Televisión, Cine, Prensa, Radio y Exterior.

Fuentes de investigación de audiencias publicitarias, sus métodos de investigación y sus herramientas de trabajo.

Características y funcionamiento de los denominados medios o acciones de publicidad no convencionales. La estrategia de planificación publicitaria utilizando los denominados medios o acciones de publicidad no convencionales.

Formatos publicitarios en Internet y sus relaciones. Herramientas utilizadas en la actualidad para analizar el tráfico en páginas web. Social Media.

MÓDULO II. Producción y organización de eventos

Implicaciones de la organización y producción de eventos en el seno de las organizaciones y en el actual contexto competitivo global.

Elementos y funciones propios del Responsable de organización de eventos.

Cómo definir los objetivos estratégicos en la organización de eventos de una organización en función de sus necesidades internas, las demandas externas, la naturaleza de la institución y su situación.

Pasos para la elaboración de un Manual Interno de Organización de eventos y su aplicación a la realidad de las organizaciones.

MÓDULO III. Comunicación política y liderazgo

Política, democracia y comunicación. La comunicación en política.

La construcción del relato político. *Storytelling*.

Marketing político y propaganda.

La construcción del liderazgo político. Las claves del liderazgo. Enfoques y modelos de liderazgo político.

Retórica, oratoria y comunicación eficaz. La elaboración del discurso.

MÓDULO IV. Reputación y gestión de marcas

El concepto de la reputación digital y offline. Medición, monitorización y control.

RSC, sostenibilidad e innovación social. Economía colaborativa.

Qué es el Branding y sus dimensiones. El proceso de construcción de una marca.

Estrategias para el lanzamiento de nuevos productos.

Articulación de las distintas políticas de marketing-mix (políticas de producto, precio, distribución y comunicación) en el desarrollo de una marca comercial.

¿Qué incluye la matrícula?

- Alojamiento
- Cena de bienvenida y despedida
- Materiales educativos (si se requieren)
- Pack de bienvenida UCAM
- Visita turística guiada por Murcia (*Murcia city guided tour*)
- Certificado UCAM
- 1 visita a empresa por semana

El transfer a Murcia o servicios de recogida del aeropuerto, estaciones de tren o bus no están incluidas.

