



## DIPLOMADO EN MARKETING y PUBLICIDAD con orientación en Arte, Diseño y Creación

### Programa – Modalidad a distancia

Introducción al marketing. Definiciones y conceptos. Estructura del departamento de marketing y ventas. El consumidor: segmentación del mercado. Formas. El mix de marketing. Ciclos de vida de los productos. Análisis F.O.D.A. productos de consumo masivo, industriales y de servicios.

Los precios y el marketing mix. Fijación de los precios. Estructura de costos del producto. Tipos de costos. Nivel mínimo del precio. Valor percibido por el consumidor. Factores que lo determinan. Fijación. El mercado. Oferta y demanda. Elasticidad de la demanda. Principales tipos de competencia. Tipos de mercado.

Proceso de la comunicación. Fuerza de ventas. Promoción de ventas. Atención al cliente. Distribución. Transporte. Merchandising. Packaging. Puntos de venta. Estrategias. Exhibición de productos.

Motivaciones – teoría de la motivación de Maslow- aplicación en el marketing. Actitudes del consumidor –la actitud y la compra- estrategia de formación y cambio de actitudes. Percepción del consumidor. Lealtad a una marca. Psicografía y estilos de vida. Retrato completo del consumidor. Dimensiones sociales del consumidor- consumo como reflejo de la clase social. Proceso de adopción del producto –categoría de compradores- proceso de la compra: variables psicológicas y económicas.

Investigación de mercados. Áreas de cobertura. Fuentes internas y externas: métodos (encuestas, observación, experimentación), secundarias. Investigaciones cualitativas- Investigaciones cuantitativas. Encuestas (redacción de un cuestionario, preguntas abiertas y cerradas). Investigaciones motivacionales (grupos de discusión - pruebas en sala - entrevistas en profundidad) investigación del concepto a comunicar, investigación de medios (sistemática y accidental) investigaciones monádicas y comparativas (blind-test y branded test).

La publicidad como comunicación del marketing. Objetivos de la empresa. Definiciones de publicidad y propaganda. Agencias de publicidad. Comunicación publicitaria. Presupuesto publicitario. Los medios. Gráfica, radio, televisión. Marketing directo (mailing y telemarketing). Planificación. Mediciones. Objetivos publicitarios. Estrategia de audiencia. Estrategia creativa. Estrategia de medios. Campaña publicitaria. Actuación de la publicidad. Modelo A.I.D.A. - la imagen - influencia en los consumidores. Función social de la publicidad. La información de la empresa a suministrar a la agencia. Código de ética y autorregulación de la publicidad. Relaciones públicas. Política de las relaciones públicas. Maneras de investigar al cliente. Donde comienzan las relaciones con los clientes. Redactar comunicados de prensa. Relaciones con los empleados. Relaciones comerciales. Relaciones públicas con el público. Conferencias y convenciones. Relaciones con la prensa. Publicaciones de la empresa. Medios audiovisuales. Métodos publicitarios en Internet.

- 
- Duración: **12 Módulos** (Cursado y evaluaciones a distancia – sin asistir a clases)
  - Comienzo: **Todos los 15 de cada mes** o día hábil posterior (no se suspende por vacaciones)
  - Certificación: **DIPLOMADO EN MARKETING y PUBLICIDAD con orientación en ARTE, DISEÑO y CREACION**