

## COMUNICACIÓN PERSUASIVA

### Breve descripción del curso:

Instrumentos de Confianza: Relaciones Públicas, Protocolo Empresarial e Institucional, Patrocinio y Mecenazgo. Comunicación Interna. Política Informativa (Relaciones con los Medios, Agencias de Noticias, Lobbies y Grupos de Presión, Comunicación de Crisis)

Instrumentos de Comunicación: Publicidad y nuevos soportes, Marketing promocional, Marketing directo, Marketing Digital, Merchandising y Animación en el punto de venta.

Profundizar en el marketing digital: El futuro de la web: Web 2.0. Web semántica. Geolocalización. Crossmedia.

Estrategia y planificación: e-marketing y e-business. Analítica web: Técnicas y modalidades de medición. Social media, redes sociales y community management. Marketing móvil.

Los nuevos medios y soportes digitales, la producción digital, la comunicación en la red, e-commerce, el plan estratégico de marketing y de comunicación en la red.

Casos de estudio.

### Al terminar la actividad el asistente podrá (descripción de objetivos de la actividad):

El alumno al acabar la asignatura ha de conocer el valor real de los instrumentos de comunicación de confianza que permiten la persuasión hacia el producto o servicio en los públicos objetivo.

Ha de planificar y desarrollar un plan de comunicación basado en acciones de persuasión, compatibilizándolo con el publicitario.

Igualmente, ha de conocer los instrumentos de comunicación que se complementan a los instrumentos tradicionales.

### Conocimientos de acceso:

Los alumnos deberán acreditar el nivel de acceso a las enseñanzas oficiales de máster en una universidad española según la normativa vigente.

### Conocimientos previos necesarios:

Ninguno

Se requiere titulación universitaria. Excepcionalmente se puede considerar por la Dirección el acceso a profesionales sin titulación universitaria que tengan una experiencia demostrada de más de tres años en un ámbito relacionado con el programa y acrediten requisitos legales para cursar estudios universitarios. Los alumnos matriculados en estas condiciones sólo podrán obtener un certificado de Aprovechamiento por los estudios superados pero no podrán optar a la obtención del Título Propio de postgrado.

### Temas a desarrollar:

- 1- Confianza: El marco de las relaciones públicas
- 2- Confianza: La comunicación interna
- 3- Confianza: La comunicación externa
- 4- Confianza: Las relaciones con la comunidad
- 5- Confianza: Relaciones públicas y crisis
- 6- Instrumentos: Introducción Comunicación Persuasiva
- 7- Instrumentos: ¿Qué es la publicidad?
- 8- Instrumentos: Promoción de ventas
- 9- Instrumentos: Fuerza de ventas
- 10- Instrumentos: Marketing directo
- 11- Instrumentos: Marketing digital
- 12- Instrumentos: Merchandising

#### Metodología didáctica:

Apuntes con ejemplos, ejercicios y casos prácticos.  
Clases prácticas impartidas por profesionales expertos en el área.  
Evaluación basada en ejercicios y casos + examen tipo test.

#### Otra Información de interés:

Instrumentos de Confianza: Relaciones Públicas, Protocolo Empresarial e Institucional, Patrocinio y Mecenazgo. Comunicación Interna. Política Informativa (Relaciones con los Medios, Agencias de Noticias, Lobbies y Grupos de Presión, Comunicación de Crisis)  
Instrumentos de Comunicación: Publicidad y nuevos soportes, Marketing promocional, Marketing directo, Marketing Digital, Merchandising y Animación en el punto de venta.  
Profundizar en el marketing digital: El futuro de la web: Web 2.0. Web semántica. Geolocalización. Crossmedia.  
Estrategia y planificación: e-marketing y e-business. Analítica web: Técnicas y modalidades de medición. Social media, redes sociales y community management. Marketing móvil.  
Los nuevos medios y soportes digitales, la producción digital, la comunicación en la red, e-commerce, el plan estratégico de marketing y de comunicación en la red.  
Casos de estudio.

#### Condiciones generales

La acción formativa cumple las siguientes condiciones generales: [http://www.cfp.upv.es/cond\\_gen?5](http://www.cfp.upv.es/cond_gen?5)

#### Organizadores:

Responsable de actividad	DIRECTOR ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR DE ALCOI
Codirector	DAVID JUÁREZ VARÓN
Coordinador	FRANCISCA SEMPERE RIPOLL

#### Datos básicos:

Dirección web	<a href="http://www.mastermarketingupv.com">www.mastermarketingupv.com</a>
Correo electrónico	<a href="mailto:macom@upv.es">macom@upv.es</a>
Tipo de curso	MÓDULO DE T.P.
Estado	PREINSCRIPCIÓN
Duración en horas	60 horas presenciales
Créditos ECTS	6
Información técnica docente	David Juárez Varón Tlf/Fax: 966.528.467 y Móvil: 606.650.109 Lunes-Viernes: 10:00-14:00 Despacho C1DA2 -Edif. Carbonell - Campus Alcoy UPV

#### Dónde y Cuándo:

Dónde	VALÈNCIA
Horario	MAÑANA Y TARDE
Observaciones al horario	viernes tarde, sábado mañana

Lugar de impartición	Online. Sesiones presenciales voluntarias:  VALENCIA Universidad Politécnica de Valencia. Facultad de ADE de la UPV Aula docente: Por determinar.  ALCOY Campus de Alcoy Universidad Politécnica de Valencia. Aula docente: Por determinar.
Fecha Inicio	26/4/19
Fecha Fin	7/7/19 La fecha límite para entrega de trabajos, realización de prácticas y otras actividades no lectivas será el 31/3/20
<b>Datos de matriculación:</b>	
Inicio de preinscripción	26/2/19
Mínimo de alumnos	1
Máximo de alumnos	100
Precio	600,00 euros
Observaciones al precio	600€ Público en general 360€ Alumni UPV PLUS
<b>Profesorado:</b>	
ATEYEH PÉREZ, FÁTIMA CARCELLER FONTESTAD, BEATRIZ CAVA SEBASTIÁN, MARÍA ROCÍO FERREIRÓS BENNETT, PABLO GARCÍA MARTÍNEZ, JORGE JUÁREZ VARÓN, DAVID ROMERO CARRETERO, ISABEL TALEGÓN MARTÍN, ALBERTO TORRENTE PASTOR, IVÁN	

<b>Asignaturas del Curso:</b>				
Asignatura	Tipo oferta	Nombre del Grupo	Previsto Inicio	Previsto Fin
COMUNICACIÓN PERSUASIVA	T	18_19. MDMCE	26/4/19	7/7/19
[O] Optativa [T] Troncal				