



Curso Superior Universitario de Marketing, Comunicación y Gestión de Eventos. (Semi Presencial)

2011/2012

Fundamentación

Tal y como dice Kotler: "El Marketing no es una definición sobre lo que es y hace. Se trata de una forma de pensar, una filosofía de dirección..."

Hay que aprender a entender el marketing, y mediante los grandes profesionales del sector que impartirán las ponencias, el alumno podrá tener una amplia visión de los diferentes enfoques del marketing, haciendo un mayor hincapié en la Comunicación y la Gestión de Eventos, dos de las herramientas más utilizadas para llevar a cabo las estrategias del plan de marketing.

Todos estos conceptos se tratarán en el contexto de las nuevas tecnologías, regalando a los alumnos un iPad, mediante el cual podrán consultar toda la documentación, videos, etc.

Objetivos

El objetivo de este curso es facilitar la comprensión de los conceptos y estrategias más importantes del Marketing, de la Comunicación y de la Gestión de Eventos en relación a las necesidades actuales del mercado. Los asistentes recibirán una formación a través de una metodología exclusiva, totalmente práctica y soportada por nuevas tecnologías como el iPad, y contactarán con un claustro docente de muy alto nivel y con expertos pertenecientes a firmas de prestigio, aumentando su red de contactos.

Perfil del alumno

Dirigido principalmente a estudiantes de Ciencias Económicas, Ciencias de la Comunicación, Ciencias Políticas, Empresariales, Marketing, Relaciones Institucionales y Protocolo así como a todos aquellos profesionales del sector, que quieran ampliar sus conocimientos, familiarizarse con las nuevas tecnologías, y las nuevas herramientas.

Programa

Módulo I: Marketing.

- 1.- Introducción al Marketing.
- 2.- El Producto.
- 3.- El Mercado y su entorno.
- 4.- El Consumidor.
- 5.- Marketing Mix.
- 6.- Plan de Marketing.
- 7.- Marketing 2.0



Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid Área de Formación

Módulo II: Comunicación.

- 1.- Plan de Comunicación Interna.
- 2.- Plan de Comunicación Externa.
- 3.- Relaciones Públicas.
- 4.- Estrategias para el desarrollo de los Planes de Comunicación.

Módulo III: Gestión de Eventos.

- 1.- Introducción a la Gestión de Eventos y Protocolo
- 2.- Consideraciones Previas.
- 3.- El Protocolo en España.
- 4.- El Protocolo Oficial.
- 5.- Protocolo Empresarial.
- 6.- Protocolo Internacional.
- 7.- La Gestión Integral de Eventos.
- 8.- Organización de Congresos.
- 9.- Organización de Actos Deportivos.
- 10.- Otro tipo de Eventos.

Director

Amparo Carrasco
Francisco Javier López Navarrete

Profesorado

Jose Manuel Ponzoa
Rafael Braza Delgado
Amparo Carrasco
Francisco Javier López Navarrete
Dolores Chicón
Pilar Bringas

Sistema de evaluación

Durante el curso el alumno tendrá que realizar una serie de test al finalizar cada módulo, y tendrá que entregar al final del curso un trabajo que se le irá explicando durante los meses de duración del mismo, gracias a la conexión vía mail con un tutor.

Créditos

» **Créditos de Libre Elección UCM:**



Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid Área de Formación

En trámite.

» **Créditos ECTS UCM:**

En trámite.

Fecha, horario, duración y lugar de celebración

» **Fecha:**

Desde el 9 de diciembre de 2011 hasta el 30 de junio de 2012.

Fechas clases presenciales:

9 y 10 de diciembre
3 y 4 de febrero
24 y 25 de febrero
9 y 10 de marzo
20 y 21 de abril
25 y 26 de mayo
15 y de junio

» **Horario:**

De 17:00 a 20:30 los viernes y de 10:00 a 14:30 los sábados.

» **Duración del curso:**

200 horas (56 presenciales y 144 on-line)

» **Lugar de celebración:**

Escuela Universitaria de Estudios Empresariales. Avd. Islas Filipinas, 3.

Nº de plazas

Aforo limitado: 230 plazas.

Importe

Hasta el 25 de noviembre de 2011:

Precio Semi presencial (con iPad) 1.995 €

Precio Semi presencial (sin iPad) 1.595 €



Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid Área de Formación

Desde el 26 de noviembre hasta el 4 de diciembre de 2011:

Precio Semi presencial (con iPad) 2.500 €

Precio Semi presencial (sin iPad) 2.100 €

Plazo de inscripción

Desde el 29 de julio hasta el 4 de diciembre de 2011.

Matriculación

» Forma de pago:

- Tarjeta bancaria, si realiza el pago total del curso.
- Transferencia bancaria, si se realiza el pago total o en plazos.

El pago se puede realizar de cuatro formas:

1. Pago de la matrícula hasta el 25 de noviembre de 2011.
 - 1.995 euros con iPad.
 - 1.595 euros sin iPad.
2. Pago completo del importe de matrícula desde el 26 de noviembre hasta el 4 de diciembre de 2011.
 - 2.500 euros con iPad.
 - 2.100 euros sin iPad.
3. Pago en dos plazos:
 - Primer plazo de 1.250 euros (con iPad) ó 1.050 euros (sin iPad), al realizar la matrícula.
 - Segundo plazo de 1.250 euros (con iPad) ó 1.050 euros (sin iPad), antes del 4 de diciembre de 2011.

Si no se realiza el segundo pago de la matrícula se detraerá el 20% del importe.

4. Pago en un año:

Más información en cualquier oficina de la Caixa.

» Forma de pago:

Ingreso o transferencia bancaria en:

Banco Popular



Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid
Área de Formación

0075 0080 19 0601793696

Para más información:

info@cursosuperiormarketing.es

Tlf: 91 126 78 86

secretariadealumnos@rect.ucm.es

Tlf: 91 394 63 92 / 91 394 64 10

» Documentación:

La documentación que deberá adjuntar en el momento de hacer la matrícula es la siguiente:

- Resguardo del pago de la matrícula para estudiantes UCM que soliciten créditos.
- Copia del ingreso o transferencia bancaria.

» Devoluciones de matrícula:

Se detraerá el 10% del importe de la matrícula, en concepto de gastos de administración y gestión, cuando la baja de un alumno en un curso se efectúe con anterioridad a la fecha de inicio del curso. No procederá devolución alguna del importe de la matrícula cuando la baja se realice una vez iniciado el curso.