



# DOBLE TITULACIÓN

**MÁSTER EN COMUNICACIÓN + MÁSTER EN  
RELACIONES PÚBLICAS**

TIC024

Escuela asociada a:



CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE FORMACIÓN



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ESCUELAS DE NEGOCIOS

## DESTINATARIOS

La doble titulación de máster en comunicación + máster en relaciones públicas está dirigido a empresarios, emprendedores o trabajadores en el ámbito de la comunicación. Permite conocer la comunicación en la empresa, la comunicación interna y externa, la comunicación comercial, la publicidad, la empresa anunciante, la agencia publicitaria, los canales de comunicación, el protocolo de la empresarias relaciones públicas y el marketing, la figura del community manager, las redes sociales y el marketing digital; además incluye ejemplos con CDROM.

## MODALIDAD

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.

## DURACIÓN

La duración del curso es de 600 horas.

## IMPORTE

IMPORTE ORIGINAL: 2380€

**IMPORTE ACTUAL: 595€**

## CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "MÁSTER EN COMUNICACIÓN + MÁSTER EN RELACIONES PÚBLICAS", de ESCUELA EUROPEA DE TECNOLOGÍA Y COMUNICACIÓN, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, AEC y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

# CONTENIDO FORMATIVO

## MÓDULO I. COMUNICACIÓN

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

1. Concepto de la comunicación
2. Elementos que intervienen en el proceso de comunicación
3. Teorías de la comunicación según el contexto
4. Tipos de comunicación
5. Efectos y obstáculos de la comunicación
6. Decálogo de la comunicación

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

1. Comunicación e información
2. Las relaciones en la empresa: humanas y laborales
3. Tratamiento y flujo de la información en la empresa
4. Tipos de comunicación en la empresa

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN LA EMPRESA

1. La comunicación interna
2. La comunicación externa
3. Herramientas de comunicación interna y externa

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. La Comunicación comercial
2. Fuentes de información de la comunicación comercial
3. Identidad e imagen corporativa

## MODULO II. PUBLICIDAD

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA PUBLICIDAD

1. Concepto de publicidad
2. Procesos de comunicación publicitaria
3. Técnicas de comunicación publicitaria

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA EMPRESA ANUNCIANTE

1. El departamento de publicidad en la empresa
2. Selección de la empresa publicitaria

### UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA AGENCIA PUBLICITARIA

1. La agencia de publicidad
2. Estructura y funciones
3. Clasificación de agencias de publicidad

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL CANAL DE COMUNICACIÓN EN LA PUBLICIDAD**

1. Concepto y clasificación
2. Medios publicitarios
3. Internet y publicidad
4. Estrategias publicitarias

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES PÚBLICAS**

1. Definición y concepto de Relaciones Públicas
2. Cómo montar una operación de Relaciones Públicas

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

### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA**

1. Concepto de protocolo
2. Tipos de protocolo
3. Protocolo en la empresa

### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING**

1. Introducción
2. La publicidad y la Web
3. El marketing unidireccional de la interrupción
4. Antiguas normas del marketing
5. Las relaciones públicas y la prensa
6. Antiguas normas de las relaciones públicas
7. Nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas

### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER**

1. ¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3. Funciones y responsabilidades de un Community Manager
4. Los objetivos de un Community Manager
5. Tipos de Community Manager

### **UNIDAD DIDÁCTICA 13. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (I)**

1. Medios sociales
2. Redes sociales

### **UNIDAD DIDÁCTICA 14. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (II)**

1. Blogs
2. Microblogging
3. Wikis
4. Podcast
5. Plataformas de vídeo
6. Plataformas de fotografía

## **UNIDAD DIDÁCTICA 15. MARKETING VIRAL. EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES**

1. ¿Qué es el marketing viral?
2. Procesos del marketing viral
3. La importancia de los contenidos en la Web
4. Estrategias de marketing y relaciones públicas
5. Marketing y las redes sociales

## **MÓDULO IV. CDROM. MARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. EJEMPLO PLAN DE MARKETING**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EJEMPLO PLAN DE PUBLICIDAD**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJEMPLO PLAN DE MEDIOS**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. EJEMPLO PLAN DE VENTAS**