



**DOCTORADO DOCTRINAL EN
MARKETING RELACIONAL
PUBLICIDAD PROMOCIÓN Y
RELACIONES PÚBLICAS.**

OBJETIVOS

En un mundo competitivo, con exceso de ofertas y estímulos que se centran en la captura de nuevos clientes, sumado al ambiente de incertidumbre por la complejidad que van tomando los mercados, se hace absolutamente necesario crear valor a través de la diferenciación y fidelización de los clientes. Esto demanda capacidades que permitan adaptarse a las nuevas formas que existen hoy para generar valor a través de la interacción, la creatividad, comunicación y el servicio.

- ❖ Conocer y comprender los conceptos fundamentales de Marketing Relacional moderno y facilitar herramientas de gestión para la implementación y monitoreo de programas de marketing directo, y revisión de canales de contacto.
- ❖ Aplicar los conocimientos y herramientas en el diseño y desarrollo de un plan de marketing relacional. Desarrollar competencias en los ejecutivos modernos a través de las herramientas que brindan las relaciones públicas.
- ❖ Desarrollar habilidades y técnicas que le permitan al participante estructurar una estrategia para la implementación de un plan de Comunicación Integral, utilizando los enfoques contemporáneos de marketing.
- ❖ Capacitar al participante en los más importantes campos de la Publicidad, entendiendo esta como uno de los más importantes fenómenos socioculturales característicos de nuestros días, tales como el proceso creativo, la planeación de medios, el análisis de impacto y el desarrollo de la campaña entre otros.

CONTENIDO PROGRAMÁTICO.

Desarrollo Doctrinal

- 001 Estudios Bíblicos 1
- 002 Estudios Bíblicos 2
- 003 Ética Profesional y Hermenéutica Cristiana 1
- 004 Ética Profesional y Hermenéutica Cristiana 2

BLOQUE 1.MARKETING RELACIONAL.-

1. Investigación Marketing de relaciones.
2. Investigación Marketing transaccional y marketing relacional.
3. Investigación Conceptualizando el marketing relacional.
4. Investigación Fidelización.
5. Investigación causas de fidelidad.
6. Investigación Gestión del servicio.
7. Investigación Calidad del servicio.
8. Investigación implantación del plan de calidad.
9. Investigación Orientación al consumidor.
9. Investigación Marketing interno.
10. Investigación CRM enfocado en el cliente
11. Investigación algunas consideraciones acerca de M.R.
Investigación 12.profundizando en marketing relacional.
Investigación M.C. cómo mejorar una estrategia relacional.
Investigación M.C. fidelización de clientes y pymes.
Investigación M.C. fidelización.
Investigación M.C. implicaciones estratégicas del marketing relacional.
M.C. Las 5 pirámides del marketing relacional.
M.C marketing relacional y oportunidades en internet.

BLOQUE 2.PUBLICIDAD.-

1. Investigación La publicidad.
2. Investigación Las agencias de publicidad.
2. Investigación Las Agencias de publicidad 2.
3. Investigación el producto.
4. Investigación El posicionamiento.
5. Investigación El mensaje publicitario.
6. Investigación El estilo y la composición.

7. Investigación La campaña publicitaria.
8. Investigación El presupuesto publicitario.
9. Investigación El diseño de una eficaz campaña de prensa.
10. Investigación Publicidad subliminal.
11. Investigación Publicidad y Telemercadeo
12. Investigación Publicidad y estrategia.
13. Investigación Ventajas y desventajas de la publicidad.
14. Investigación los valores de la publicidad.
Investigación M.C. diferencias conceptuales entre publicidad y propaganda.
Investigación M.C. los textos publicitarios.
Investigación M.C. nuevas tendencias en la publicidad del siglo 21.
Investigación M.C. Psicología y Publicidad.

BLOQUE 3.TECNICAS DE PROMOCION.-

1. Investigación Promoción de ventas.
2. Investigación Conceptos de promoción.
3. Investigación Estrategias de promoción.
4. Investigación La promoción del producto.
5. Investigación Desafíos y estrategias de promoción comercial para pymes.
6. Investigación La mezcla de promoción.
7. Investigación Objetivos de la promoción.
8. Investigación Planificando una promoción de ventas.
9. Investigación Promoción web.
10. Investigación Promocion comercial y tráfico de clientes.
11. Investigación Patrocinio y promoción.
12. Investigación Promoción en ferias y exposiciones.
13. Investigación regalos promocionales.
14. Investigación La marca y su estrategia.
15. Investigación Publicidad promoción relaciones públicas.
Investigación M.C. decisiones sobre promoción y comunicación.
Investigación M.C. merchandising y publicidad en el punto de venta.
Investigación M.C. promoción de ventas en mercados de consumo.

BLOQUE 4.RELACIONES PUBLICAS.-

1. Investigación Una introducción a las relaciones públicas.
 3. Investigación El planeamiento en RRPP.
 4. Investigación Las relaciones públicas internas en la gestión empresarial.
 5. Investigación Relaciones públicas y la gestión de los públicos en eventos.
 6. Investigación RRPP y fundraising.
 7. Investigación RRPP internacionales.
 8. Investigación Herramientas de las relaciones públicas.
 9. Investigación Los fundamentos de las relaciones públicas.
 10. Investigación negociación de RR públicas en las empresas.
 11. Investigación relaciones publicas internas y externas.
 12. Investigación relaciones publicas y comunicación.
 13. Investigación planificación de una acción de relaciones públicas.
 14. Investigación Habilidades de comunicación para las RRPP.
 15. Investigación Las notas de prensa.
 16. Investigación Ceremonial protocolo y rrpp en la empresa.
 17. Investigación Algunas ventajas del protocolo empresarial.
- Investigación M.C. RR publicas concepto practica y critica.
- M.C. RR publicas en la gestión de la comunicación interna.
- Investigación M.C. estrategias y tácticas de comunicación integradora en RRPP.
- M.C. planeación de una campaña de RRPP.

BLOQUE 5.-

Acceso a la página de videos relacionados con la temática de la Maestría.