



## **Técnico Superior en Relaciones Públicas**

## Técnico Superior en Relaciones Públicas

**Duración:** 300 horas

**Precio:** consultar euros.

**Modalidad:** A distancia

### Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

## Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/as sociales etc...

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

- Por el aula virtual, si su curso es on line
- Por e-mail
- Por teléfono

## Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



### Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

### Programa del curso:

## PARTE 1. TEORÍA. RELACIONES PÚBLICAS

### MODULO I. COMUNICACIÓN

#### TEMA 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

#### TEMA 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

#### TEMA 3. LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN LA EMPRESA

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

#### TEMA 4. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

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

### MODULO II. PUBLICIDAD

## TEMA 5. LA PUBLICIDAD

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

## TEMA 6. LA EMPRESA ANUNCIANTE

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

## TEMA 7. LA AGENCIA PUBLICITARIA

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

## TEMA 8. EL CANAL DE COMUNICACIÓN EN LA PUBLICIDAD

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

## TEMA 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

## TEMA 10. EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA

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

## TEMA 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

## TEMA 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

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

1. Medios sociales
2. Redes sociales

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

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

### **TEMA 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

## **PARTE 2. CDROM. MARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS**

### **TEMA 1. EJEMPLO PLAN DE MARKETING**

### **TEMA 2. EJEMPLO PLAN DE PUBLICIDAD**

### **TEMA 3. EJEMPLO PLAN DE MEDIOS**

### **TEMA 4. EJEMPLO PLAN DE VENTAS**