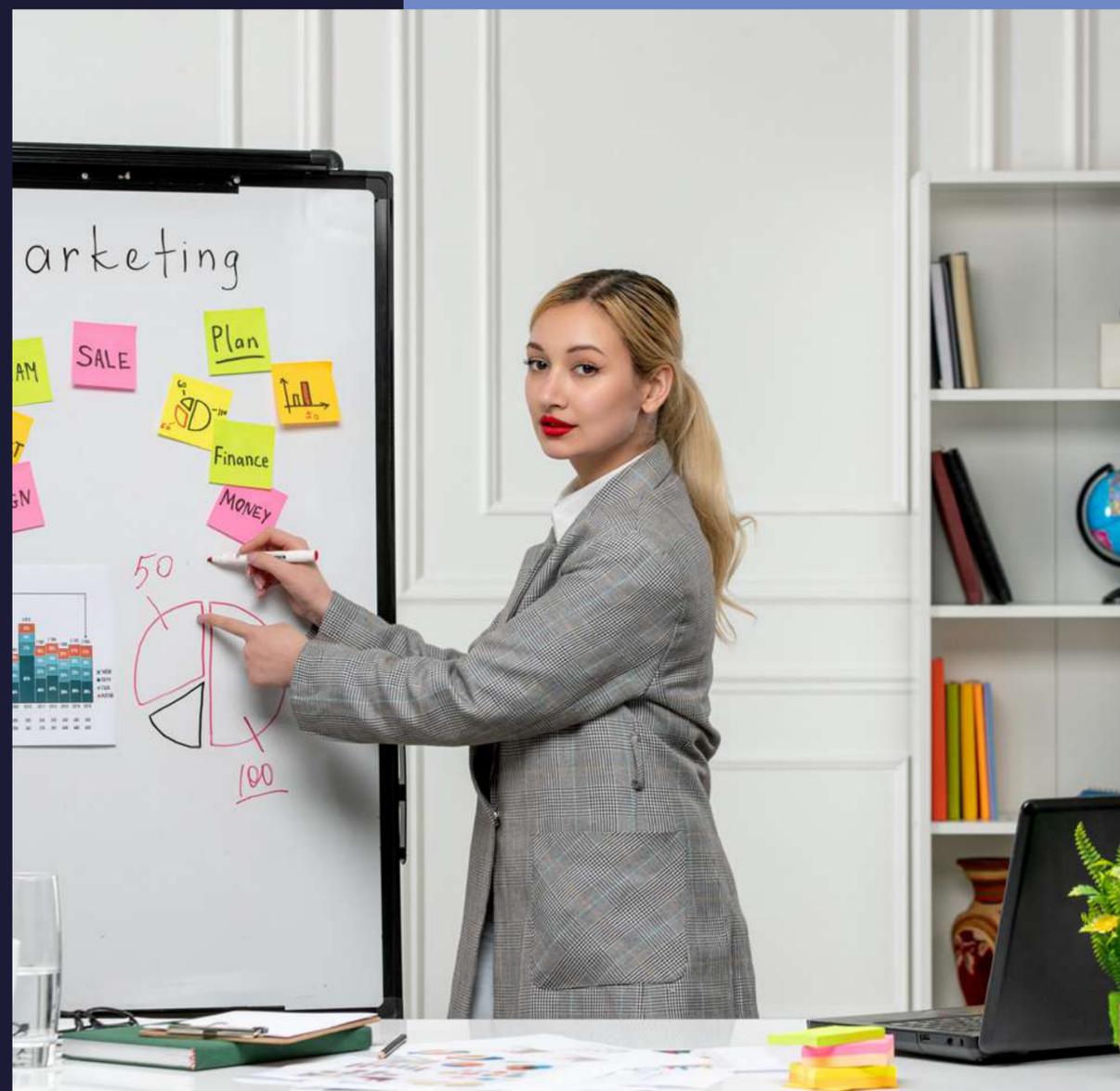


# Comunicación, Marketing e Imagen Corporativa

320 hrs. académicas



# . Contenido

01

---

Objetivo

02

---

Plan de Estudio

03

---

Metodología de Enseñanza

# 01

## . Objetivo

- Aprender cuáles son los tipos de comunicación en las organizaciones.
- Aspectos que implica la comunicación corporativa.
- Acercamiento al Marketing Mix.
- Conocer qué implica y en qué consiste la segmentación de mercados.
- Saber cuales son las etapas del ciclo de vida de un producto.
- Profundizar en el plan de imagen y comunicación de una empresa, mediante el análisis de la misma y de sus objetivos.
- Manejar las principales herramientas de gestión del conocimiento.

### Atención Personalizada



Nuestro Centro de Atención y equipo de expertos en e-learning asesorarán y atenderán tus consultas, para el buen desarrollo del proceso académico.



**Duración: 320 hrs. académicas**

## . Plan de Estudio

---

### . Unidad I

#### Fundamentos de Comunicación y Publicidad.

- Conceptos sobre comunicación.
- Teoría de la comunicación.
- Marketing y comunicación.
- El ecosistema publicitario.

### . Unidad II

#### Comunicación e Imagen Corporativa.

- Identidad, cultura e imagen corporativa.
- La comunicación como instrumento en la creación de la imagen corporativa.
- Planificación estratégica de la imagen.
- Diseño de estrategias de comunicación para la imagen corporativa.
- La imagen corporativa en internet.
- Gestión de la marca.
- Gestión de crisis.

### . Unidad III

#### Habilidades de Comunicación.

- ¿Qué es la comunicación?
- Componentes personales y sociales de la comunicación.
- Comunicación eficiente y persuasiva. Liderazgo y comunicación.
- La comunicación en la gestión de conflictos.

### . Unidad IV

#### Protocolo.

- Introducción al protocolo.
- Protocolo Oficial.

### . Unidad V

#### Marketing Interno y Comunicación en la Empresa.

- Marketing interno y comunicación en la empresa.
- Gestión del conocimiento

# . Metodología de Enseñanza

## . Virtual o E-learning

Brinda la libertad de estudiar de acuerdo a su disponibilidad horaria, rompiendo barreras de tiempo y distancia, monitoreados por un tutor virtual.

## . Aula Virtual

Entorno que facilita la interacción entre los participantes y el especialista, permitiendo la enseñanza-aprendizaje, comunicación, interacción y evaluación del alumno.

El estudiante tiene la capacidad de decidir el itinerario formativo más acorde con sus intereses y podrá acceder al contenido de la plataforma virtual las 24 horas:

# 03

www.cadperu.com

- **Video:** Medio audiovisual que contempla el desarrollo panorámico del tema, con ejemplos que ayuden a entender lo sustancial de cada unidad.
- **Guía de Estudio:** Material que permite al participante fundamentar los contenidos de cada unidad, desarrollar las capacidades, habilidades y destrezas que propone el programa, y solucionar las actividades propuestas.
- **Recursos Complementarios:** Lecturas seleccionadas y/o material audiovisual, a fin de profundizar la comprensión y/o análisis del tema, facilitando la apropiación del contenido y los referentes bibliográficos que complementan la capacitación y enriquecen el conocimiento.
- **Foro:** Entorno de conversación que permite el intercambio de conocimientos y opiniones con la comunidad de estudiantes, desarrollando el pensamiento crítico por medio del diálogo argumentativo y pragmático.
- **Evaluación:** Test que desarrolla el participante al finalizar el curso, permitiéndole evaluar su proceso de aprendizaje.





AREQUIPA  
AYACUCHO  
CAJAMARCA  
CHIMBOTE  
CUSCO  
CHICLAYO  
HUANCAYO  
HUÁNUCO  
HUARAZ  
ICA  
IQUITOS  
LIMA  
PIURA  
PUCALLPA  
PUNO  
TARAPOTO  
TRUJILLO  
TUMBES

# 23 AÑOS COMPROMETIDOS CON EL DESARROLLO