



## Diplomatura en Marketing y Comunicación

### Introducción:

El Marketing y la Comunicación están en constante proceso de cambio. Nunca han dejado de evolucionar. A medida que las prácticas de consumo cambian, tanto las teorías como las estrategias profesionales se adaptan. Ambas disciplinas interactúan dinámicamente con los comportamientos de los consumidores. Estudian y analizan tendencias, se reposicionan constantemente respecto de las nuevas formas de comunicación y consumo, y plantean nuevas perspectivas que se concretan en estrategias de *branding*, fórmulas de aproximación a nuevos mercados y públicos, campañas de promoción y publicidad, políticas de relación con los medios y herramientas operacionales para mantener y mejorar la relación con los usuarios y consumidores. Las estrategias de Marketing y Comunicación atraviesan todas las áreas de las organizaciones.

Una vez más, el contexto de cambio impone una revisión de esas estrategias y el uso intensivo de herramientas innovadoras. Esto se debe a la evidencia de un deslizamiento rápido de la Sociedad hacia formas de consumo disruptivas. Una combinación de nuevas generaciones de consumidores, nuevos productos y nuevas formas de relacionarse de los consumidores con las marcas y con las organizaciones. El Marketing y la Comunicación, como los principales vectores estratégicos de las organizaciones, no solo no están exentos de las transformaciones que suponen los comportamientos de los usuarios y de la influencia del paradigma digital, sino que deben una vez más probar sus capacidades de anticipación. Los cambios que se están produciendo implican las formas que adoptan las relaciones de las organizaciones con sus clientes, los canales de comunicación y de interacción, y las competencias profesionales de quienes las integran para adoptar las disposiciones de cambio apropiadas a cada situación.

Existe una evidente demanda de profesionales con capacidades optimizadas para afrontar los

desafíos actuales del Marketing y de la Comunicación. Organizaciones de todos los sectores y dimensiones, grandes y PYMES, manufactureras y comerciales, que sean empresas, organizaciones sin fines de lucro o entes gubernamentales, todas están concernidas por esta transformación del Marketing y la Comunicación. Saben que reposicionarse frente a estos nuevos desafíos requiere profesionales capaces de ofrecer un enfoque renovado a sus estrategias de marketing, posicionamiento de marca, investigación de mercado, publicidad, comunicación, relaciones públicas e institucionales y relaciones con los medios.

### **La formación:**

El Diplomado ofrece una formación superior cuyo objetivo es satisfacer la creciente demanda de especialización, actualización y perfeccionamiento en el diseño e implementación de estrategias avanzadas de Marketing y Comunicación.

Propone un abordaje práctico y profesional sustentado en una sólida aproximación conceptual-teórica de todo aquello que resulta indispensable para un profesional de las áreas de Marketing y de Comunicación cuando se trata de concebir y desarrollar estrategias.

La formación trata problemáticas actuales con casos prácticos relacionados con la realidad profesional. La combinación de profesores de acreditado prestigio académico y un manejo conceptual de alto valor agregado, con profesores de prestigio profesional ampliamente reconocidos por el mercado facilitan el tratamiento de los temas más actuales de forma plural y eficaz, promoviendo la incorporación de nuevos conocimientos y herramientas y optimizando la experiencia profesional previa.

Las clases expositivas con tratamiento de casos, resolución de problemas y presentación de proyectos en grupos promueven un salto cualitativo en las competencias profesionales del participante.

### **Perfil de los participantes:**

Profesionales y ejecutivos que se desempeñan o aspiran a desempeñarse en las áreas de marketing, comunicación, publicidad, planeamiento comercial y ventas, relaciones públicas e institucionales, diseño e imagen visual, y creatividad y desarrollo de proyectos web.

Profesionales que se desempeñan en consultoras de Marketing o de Comunicación, en agencias de Publicidad o en el asesoramiento para el desarrollo estratégico de las organizaciones.

Personas que se desempeñan en actividades de dirección, gerencia o asesoría en comunicación institucional en entidades gubernamentales y en comunicación de organizaciones del tercer sector.

### **Requisitos de ingreso:**

Los postulantes deberán acreditar una formación de 4 o más años de duración en una institución universitaria nacional o extranjera (presentación fotocopia de título)

Aquellas personas que no posean esa formación y puedan acreditar una experiencia profesional de al menos dos años, podrán excepcionalmente inscribirse siguiendo un procedimiento extraordinario de carácter preliminar ( presentación de currículum detallando experiencia profesional)

## Plan de Estudio:

	Hs
<b>Paradigmas de la nueva comunicación</b>	<b>30</b>
Comunicación y Medios	
Factores que reconfiguran los consumos	
La comunicación de las organizaciones en la era digital	
Derecho de la Información, la Comunicación y el Consumo	
<b>Herramientas de Comunicación y Marketing</b>	<b>27</b>
Dimensiones del Marketing	
Selección y comportamiento de audiencias	
Comercialización y ventas	
Investigación de Mercado	
Taller Estrategia discursiva	
<i>Branding</i>	
Marca e Identidad Visual	
<b>Estrategias de Comunicación y Marketing</b>	<b>42</b>
Comunicación publicitaria	
<i>eMarketing</i>	
Gestión de redes sociales y comunidades	
Campañas	
Marketing Estratégico	
Taller Relaciones con los medios ( <i>media training</i> )	
<b>Taller Gestión de Proyectos</b>	<b>6</b>
<b>Evaluación integradora</b>	<b>10</b>
Tutorías grupales (2sesionesx2horas)	
Presentación de proyectos, análisis y retroalimentación	
<b>TOTAL DE HORAS</b>	<b>124</b>

## Cuerpo Docente

El cuerpo docente estará integrado por docentes universitarios y profesionales de reconocido prestigio. Esta combinación responde a las necesidades de una formación de nivel superior altamente exigente en la generación de saberes profesionalizantes que resultan de una equilibrada integración de abordajes teóricos con conocimientos prácticos.

## **Cupo de alumnos**

Los grupos de alumnos no superarán las 30 personas.

## **Clases y Cursada**

Días y horarios: viernes de 19 a 22 Hs, y sábados de 10 a 16,30 Hs

Duración: abril a noviembre. Presentación de Proyecto: diciembre 2012 y febrero de 2013.

## **Informes e Inscripción**

Fundación La Capital

Sarmiento 763 - 2000 Rosario

perdigital@lacapital.com.ar

0341 5226076 / [www.fundacionlacapital.org.ar](http://www.fundacionlacapital.org.ar)