

Curso - La verdad sobre las redes sociales. Publicidad, Medios y Marcas



En un mundo donde las marcas son más que simples productos, estamos ante una revolución en la forma en que nos conectamos con nuestros clientes. En este emocionante viaje hacia el futuro del marketing, las marcas se convierten en vehículos de relaciones emocionales profundas, trascendiendo las características tangibles de los productos.

En nuestra era digital, entender los medios de comunicación es crucial. No se trata solo de estar presente, sino de comprender cómo influir en diferentes audiencias. En este contexto, identificar los medios que promueven y potencian los valores de tu marca es esencial para el éxito comercial. Desde los medios tradicionales hasta las últimas tendencias digitales, cada plataforma ofrece una oportunidad única para cautivar a tu audiencia.

Te ofrecemos la experiencia y la visión para llevar tu marca al siguiente nivel.

Objetivos del programa

Comprender la evolución del marketing desde el siglo XX hasta el siglo XXI, incluyendo las transformaciones en la comunicación publicitaria y el surgimiento de las marcas como entidades emocionales.

Identificar las diferencias clave entre el enfoque tradicional de marketing centrado en productos y el enfoque contemporáneo centrado en marcas y relaciones emocionales con los clientes.

Analizar la importancia de la relación entre las marcas y los clientes en el contexto actual del mercado, reconociendo cómo las marcas pueden establecer conexiones más profundas y duraderas más allá de las características tangibles de los productos.

Entender la relevancia de los medios de comunicación en el siglo XXI y su capacidad para influir en diferentes audiencias, distinguiendo entre los medios que promueven los valores de la marca y aquellos que cumplen funciones tácticas coyunturales.

Desarrollar habilidades para seleccionar y utilizar los medios de comunicación de manera estratégica, aprovechando las plataformas tradicionales y digitales para alcanzar y cautivar a la audiencia objetivo de manera efectiva.

Aplicar los conocimientos adquiridos en el curso para desarrollar estrategias de marketing innovadoras y adaptadas a las demandas cambiantes del mercado actual, con el objetivo de mejorar el posicionamiento de la marca y aumentar su relevancia en el mundo contemporáneo.

¿A quién va dirigido?

Este curso estaría dirigido a una amplia gama de profesionales interesados en el campo del marketing y la comunicación publicitaria.

Profesionales del marketing y la publicidad que buscan actualizar sus conocimientos y habilidades en un entorno comercial en constante evolución.

Emprendedores y propietarios de negocios que deseen mejorar sus estrategias de marketing y promoción para aumentar la visibilidad y la relevancia de su marca en el mercado.

Gerentes de marca y directores de marketing que necesiten estar al tanto de las últimas tendencias y mejores prácticas en la gestión de marcas y la comunicación con los clientes.

Profesionales de relaciones públicas interesados en comprender cómo las marcas pueden establecer relaciones más sólidas y auténticas con su audiencia.

Plan de estudios

El marketing ya no es lo que era

Durante la segunda mitad del siglo XX se fueron produciendo algunas revoluciones en el mundo del marketing y de la comunicación publicitaria, que afectaron y siguen afectando de manera decisiva a las empresas en la relación con los clientes en todos los ámbitos.

Un relato imprescindible para entender el marketing del siglo XXI.

De los productos a las marcas

Una de las más trascendentes revoluciones ha sido la conversión paulatina de los productos en marcas. El avance de la tecnología ha ido igualando las características esenciales de los productos y haciendo desaparecer sus beneficios diferenciales para los clientes. Ahora son las marcas las que establecen con ellos una relación emocional más allá de los beneficios tangibles de los productos. Esta relación es hoy día imprescindible para afrontar con éxito cualquier relación comercial.

La eficacia de los medios en el siglo XXI

Hoy más que nunca es imprescindible conocer las características de los medios, con relación a su capacidad para influir en los diferentes targets. Entender la diferencia entre los medios capaces de crear y potenciar los valores de las marcas y los medios complementarios, que sirven para desarrollar funciones tácticas coyunturales.

INICIO: 25/04 de 09:00 a 14:00

DURACIÓN: 5h

PRECIO MATRÍCULA: 550€

MODALIDAD: Presencial en Aulas de Unidad Editorial. Avenida de San Luis 25 (Madrid)