

LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL DESARROLLO DE LA MARCA

GLOBAL_
THINKING
GLOBAL LEADERS_

SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.

FORMATO: presencial

ÁREA: comunicación/publicidad

OBJETIVOS

- » Analizar la situación actual de las Redes Sociales.
- » Conocer el comportamiento del consumidor.
- » Repasar y comparar las variables del mercado.
- » Repasar y adaptar los conceptos clave del nuevo marketing: Marca, Producto, Precio, Distribución, Comunicación.

PROGRAMA - FASES

- » El rol de la marca en el contexto actual.
- » Particularidades de las Redes Sociales.
- » El nuevo consumidor y las Redes Sociales.
- » Ser visible en Redes Sociales para vender.
- » Co-gestión del mix de marketing.
- » La nueva relación marketing/comercial.
- » La nueva organización del departamento de marketing.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Dirigido principalmente a profesionales de marketing, comercial y comunicación tanto en su vertiente de empresa como de consultoría. Profesionales de agencias de publicidad y comunicación.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*