



**Elaboración de Materiales de
Marketing y Comunicación
Autoeditables**



Working

Formación Integral S.L.

www.workingformacion.com

OBJETIVOS

Este conjunto de materiales didácticos se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente al Módulo Formativo MF2189_3 Elaboración de materiales de marketing y comunicación autoeditables, regulado en el Real Decreto 614/2013, de 2 de agosto, que permitirá al alumnado adquirir las competencias profesionales necesarias para elaborar y difundir, en diferentes soportes, materiales, sencillos y autoeditables, publi-promocionales e informativos.

CONTENIDOS

1. MÓDULO 1. ELABORACIÓN DE MATERIALES DE MARKETING Y COMUNICACIÓN AUTOEDITABLES

UNIDAD FORMATIVA 1. TÉCNICAS DE DISEÑO GRÁFICO CORPORATIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA.

1. Identidad corporativa:
2. La marca y la imagen de la empresa.
3. Construcción y refuerzo de la imagen corporativa y de la marca.
4. Manual de comunicación de la empresa y Manual de identidad corporativa: diferencias y contenidos de cada uno.
5. Imagen gráfica:
6. El logotipo y otros elementos de identidad visual.
7. Símbolos, iconos y señalética a considerar en la imagen corporativa.
8. Isotipo: color, tipografía, u otros.
9. Diseño gráfico y comunicación corporativa:
10. Formato y composición de soportes publicitarios y materiales publipromocionales: carteles y folletos.
11. Adaptación de la imagen a la identidad de la empresa.
12. Elaboración de un briefing para una agencia de publicidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELABORACIÓN DE MATERIALES DE MARKETING Y COMUNICACIÓN SENCILLOS.

1. Principios y elementos de composición:
2. Equilibrio, armonía, proporción, contraste, forma, contraforma, entre otros.
3. Estilos de comunicación persuasiva y no persuasiva.
4. Elaboración de mensajes publi-promocionales para los materiales de marketing y comunicación.
5. Lema publicitario o eslogan: Características y elementos del lema publicitario.
6. Objetivo.
7. Redacción del mensaje.
8. Fuentes de información y bancos de imágenes:
9. Derechos de autor: especificaciones y licencias de uso
10. Cita de autores: normas y criterios.
11. Derechos del consumidor y publicidad.
12. Motores de búsqueda de información e imágenes.
13. Buscadores de imágenes de dominio público: Creative Commons, GNU u otros.
14. Selección de contenidos, imágenes y textos para materiales de comunicación de la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. AUTOEDICIÓN DE FOLLETOS Y MATERIALES DE COMUNICACIÓN SENCILLOS.

1. La línea gráfica impresa: papelería corporativa.
2. Técnicas de diseño gráfico en materiales publipromocionales sencillos:
3. Formato y composición de los materiales publi promocionales: folletos, carteles y anuncios sencillos.
4. Aplicación de la teoría del color y la composición en bocetos publi promocionales.
5. Utilización de software de diseño gráfico en entornos de usuario.

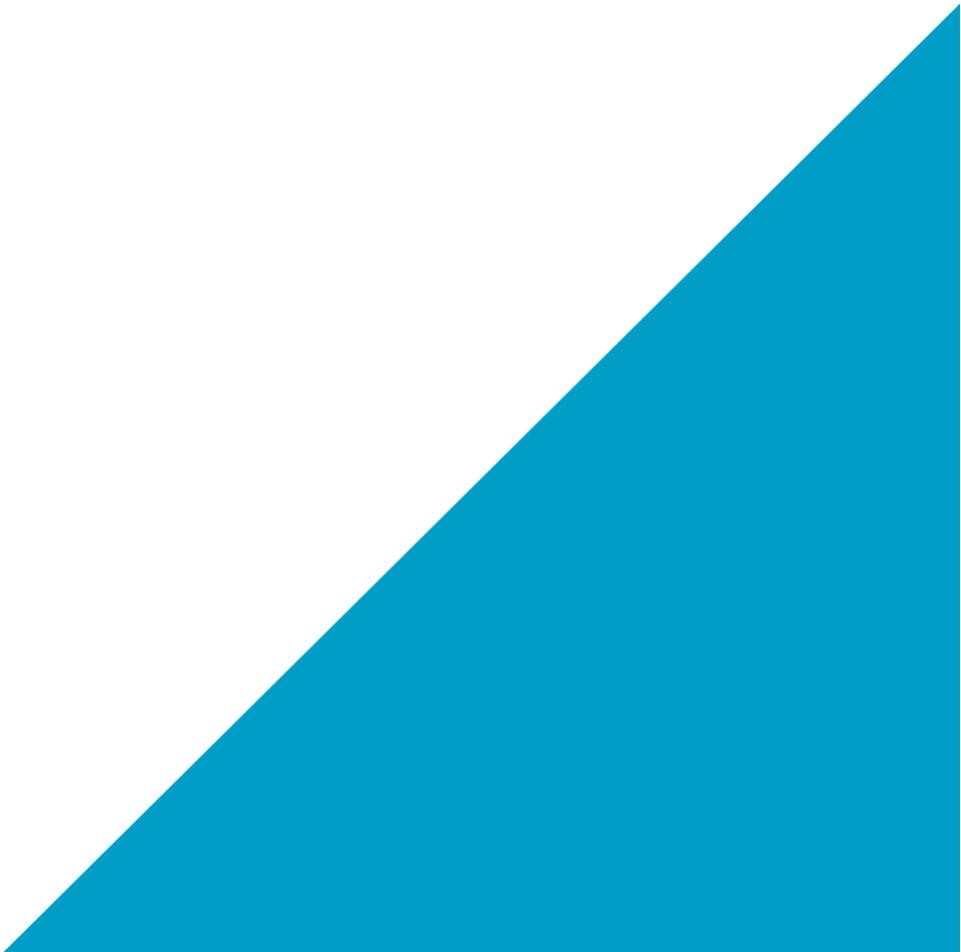
UNIDAD FORMATIVA 2. GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING DIGITAL Y COMUNICACIÓN EN LA WEB.

1. Tendencias y desarrollo del marketing en la web:
2. Introducción a la web 2.0.
3. Marketing colaborativo: Redes Sociales.
4. Cloud computing (informática en la nube), nubes privadas, entre otras.
5. La imagen de la empresa en Internet.
6. Gestión de la imagen, la marca y los productos en internet
7. Redes Sociales y el CRM de la empresa.
8. Técnicas de marketing digital:
9. Publicidad en buscadores (SEM)
10. Marketing viral
11. Fidelización de clientes a través de la web.
12. Promociones dirigidas al canal «on line».
13. Posicionamiento de la web de la empresa en Internet a través de contenidos (SEO).
14. Internet móvil.
15. Concepto y aplicaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y MANTENIMIENTO DE PÁGINAS WEB COMERCIALES.

1. Conceptos básicos de Internet e Intranet:
 - visitas.
 - páginas.
 - cookies.
 - blogs.
 - protocolos.
 - webtrends u otros.
2. Nociones básicas de Lenguaje HTML.
3. Características de una página web.
4. Mapa del sitio.
5. Panel de administración.
6. Estadísticas de visitas.
7. Descripción y palabras clave.

8. Traslado de elementos de identidad corporativa a la web.
 9. La creación de mensajes publicitarios para Internet:
 10. Perfil del usuario o cliente objetivo de la empresa en el canal «on line».
 11. Inserción de textos y elementos multimedia:
 - texto.
 - imágenes.
 - ficheros PDF.
 - audio y vídeos.
 - creación de enlaces.
 12. Diseño y mantenimiento de blogs, canales de vídeo u otros sistemas de transmisión de contenidos corporativos y comerciales.
 13. Aplicaciones informáticas para la gestión de contenidos «on line».
- 

MODALIDAD

METODOLOGÍA

Online. Se entrega el material a través de nuestra plataforma virtual homologada. Contará con acceso a la misma las 24 horas al día los 365 días a la semana.

<http://cursosonline.workingformacion.com>

DURACIÓN

90 horas.

IMPARTIDO POR

Tutor experto en la materia. Contará con apoyo a través de nuestra plataforma en todo momento.

Al finalizar el curso se hará entrega de un
DIPLOMA HOMOLOGADO





Working

Formación Integral S.L.

Paseo Rosales 32, local 9 50008 Zaragoza
976 242 109 - info@workingformacion.com

www.workingformacion.com

