

- Inicio
- Menú Docencia
- Categorías
- [L A D E]

[L A D E]

Oficina Web UGR

Comportamiento del Consumidor [LADE]

- Acceso

Creadores de curso	Miguel Angel Rodríguez Molina Francisca Fuentes Moreno
Profesor	María Isabel Arias Horcajadas

Comunicación Comercial [LADE]

- Acceso

Creadores de curso	Esmeralda Crespo Almendros Salvador del Barrio García
Profesor	Francisco Javier Valverde García Francisco Rejón Guardia Francisco Ruiz Espinosa

Objetivos del curso

1. Comprender el papel que juega la comunicación dentro de la gestión corporativa y la gestión del marketing.
2. Analizar el valor añadido que la comunicación integrada de marketing (CIM) supone en la gestión de las relaciones.
3. Que el alumno entienda el proceso de comunicación de marketing y sea capaz de conocer las diferentes herramientas de comunicación de que disponen las empresas, y su necesidad de coordinarlas e integrarlas adecuadamente para conseguir beneficios sinérgicos.
4. Que el alumno conozca la secuencia de decisiones lógica y adecuada en el proceso de planificación de la comunicación de la empresa.
5. Conocer las etapas de la planificación publicitaria, así como los distintos agentes que pueden intervenir en el mercado publicitario.
6. Conocer las actuales limitaciones existentes en el marco publicitario en lo que se refiere a normativa jurídica y de autorregulación.
7. Conocer la naturaleza de la promoción de ventas como variable de comunicación, planteando sus diferentes tipologías.
8. Mostrar el amplio abanico de técnicas promocionales, su posibilidad de aplicación a los diferentes públicos de la empresa y los objetivos que se pueden alcanzar con cada una de ellas.
9. Identificar quiénes son los diferentes públicos objetivo de la empresa y cómo la empresa establece comunicación con ellos a través de distintas técnicas de patrocinio y relaciones públicas.
10. Familiarizar al alumno con las diferentes técnicas de marketing directo, atribuyéndosele la importancia que merecen las diferentes bases de datos existentes.

Dirección Comercial I [LADE]

- Acceso

Creadores de curso	Silvia Liñares Louzao Paloma Cañadas Soriano Bárbara Montero González Francisco José Liébana Cabanillas Carmen Maria Sabiote Ortiz Francisco Rejón Guardia Juan Sánchez Fernández M ^a Belén Prados Peña
--------------------	---

Dirección Comercial II [LADE]

- Acceso

Profesor	Silvia Liñares Louzao Mª Belén Prados Peña Carmen Maria Sabiote Ortiz Francisco José Liébana Cabanillas José Alberto Castañeda García
----------	---

Distribución Comercial [LADE]

- Acceso

Profesor	Francisca Fuentes Moreno Profesor: Ana Isabel Polo Peña Guillermo Maraver Tarifa
----------	--

Investigación de Mercados [LADE]

- Acceso

Creadores de curso	José Alberto Castañeda García Francisco Montoro Ríos
--------------------	---