



Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Master en Protocolo y Comunicación en Hostelería + Titulación Universitaria



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Master en Protocolo y Comunicación en Hostelería + Titulación Universitaria

**DURACIÓN:**

800 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

1.495 €

Incluye materiales didácticos, titulación y gastos de envío.**CRÉDITOS:**

8,00 ECTS

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master en Protocolo y Comunicación en Hostelería con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación Universitaria en Curso en Protocolo con 8 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



- Ofrecer un primer acercamiento al protocolo como disciplina que regula la comunicación institucional.
- Describir las habilidades comunicativas e interpersonales que deben impregnar las relaciones protocolarias.
- Aprender cuáles son los conceptos y reglas esenciales del protocolo, tanto oficial como empresarial, así como los aspectos que relacionan esta disciplina con la comunicación.
- Conocer aquellos principios y normas que rigen el protocolo en los hoteles, como establecimientos de hostelería que no sólo proporcionan alojamiento, sino que suministran servicios de restauración u organización de eventos.
- Determinar las condiciones de ejecución y prestación del servicio o producto de distintos proveedores de eventos y acciones de marketing y comunicación.
- Elaborar informes de control y evaluación de resultados del desarrollo de distintos tipos de actos y eventos de marketing y comunicación.
- Conocer los aspectos esenciales de la publicidad y las relaciones públicas.

A quién va dirigido

Este Master en Protocolo y Comunicación en Hostelería está dirigido a aquellos profesionales interesados en especializarse en las funciones de protocolo en el sector de la hostelería, así como a personas que quieran aprender los conceptos esenciales para desenvolverse en este entorno.

Para qué te prepara

El Master en Protocolo y Comunicación en Hostelería le prepara para tener una visión completa sobre protocolo en el sector de la hostelería, aplicando procesos para gestionar eventos de marketing y comunicación, además de desarrollar técnicas propias de las relaciones públicas.

Salidas Laborales

Hostelería / Protocolo / Comunicación.

Formas de Pago

- Contrareembolso
- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



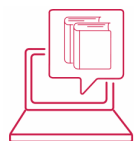
Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. PROTOCOLO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO

1. Origen
2. Clases
3. Utilidad
4. Usos sociales
5. Legislación de protocolo y ceremonial del Estado, Académico y Religioso

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS DE PROTOCOLO I

1. Protocolo social
2. Protocolo académico
3. Protocolo internacional
4. Protocolo de banquetes y comidas
5. Protocolo de normas de expresión y comportamiento a través de Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOS DE PROTOCOLO II

1. Protocolo en actos deportivos
 - 1.- Normativa y reglamento y control de premiaciones
2. Protocolo de atención
3. Protocolo de seguridad
 - 1.- Escoltas en los vehículos
 - 2.- Caravanas de seguridad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL DEPARTAMENTO DE PROTOCOLO

1. Formación y funciones del departamento de protocolo
2. Normas y usos habituales en actos protocolarios

- 1.- Decoración y elementos escenográficos
- 2.- Disposición de autoridades
- 3.- Uso de símbolos oficiales: banderas, himnos, logotipos e imágenes de empresa
- 4.- Orden de intervenciones y jerarquía
- 5.- Atención a invitados y acompañantes
3. Incidencias habituales en el desarrollo de actos y eventos
 - 1.- Fórmulas de resolución

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE ACTOS

1. ¿Por qué organizamos un acto?
2. Planificación y Organización del acto
3. Formato del acto y Público objetivo
4. Planificación, Presupuesto, Programación y Organización
 - 1.- Planificación
 - 2.- Presupuesto
 - 3.- Programación
 - 4.- Organización
5. Destino y Lugar de Celebración
6. Ejemplo de diseño y planificación de un evento deportivo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HABILIDADES DE COMUNICACIÓN

1. Técnicas de comunicación y habilidades sociales aplicadas al protocolo
 - 1.- Técnicas de comunicación
 - 2.- Habilidades sociales
2. Análisis del proceso de comunicación y sus barreras
 - 1.- Barreras en la comunicación
3. Resolución de problemas de comunicación
4. Análisis de características de la comunicación
 - 1.- Comunicación de estilo agresivo
 - 2.- Comunicación de estilo pasivo
 - 3.- Comunicación de estilo asertivo
5. Aplicación de comportamientos básicos en función de tipologías y diferencias culturales
6. Trato adecuado a personas con discapacidad
 - 1.- Normas de protocolo con usuarios discapacitados

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

1. La utilización de los medios de comunicación de masas en el protocolo
2. Televisión
3. Radio
4. Prensa escrita
5. Internet
6. La publicidad

- 1.- Publicidad ilícita
- 2.- Publicidad subliminal
- 3.- Publicidad engañosa y desleal

UNIDAD DIDÁCTICA 8. HABILIDADES SOCIALES

- 1.¿Qué son las habilidades sociales?
- 2.Cómo se desarrollan las habilidades sociales
- 3.Asertividad
- 4.Empatía
 - 1.- Fases de la empatía
 - 2.- Efectos de la empatía
 - 3.- Dificultades de la empatía
- 5.Autoestima
- 6.Escucha activa
- 7.Negociación
- 8.Técnicas de comunicación y relación grupal
- 9.Composición de equipos
 - 1.- Causas por las que puede fracasar un equipo
 - 2.- Eficacia de los equipos
- 10.Dinámica de grupos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. HABILIDADES DIRECTIVAS

- 1.Introducción
- 2.Factores de conocimiento e inteligencia: evolución de las competencias directivas: Esquema de Koontz y O'Donnell
 - 1.- Gestión del Conocimiento
 - 2.- La Inteligencia competitiva organizacional
 - 3.- Relación entre Gestión del Conocimiento e Inteligencia Competitiva
 - 4.- Evolución de las competencias directivas- Esquema de Koontz y O'Donnell
- 3.Factores de experiencia
 - 1.- Anclas de Carrera
- 4.Factores de personalidad
 - 1.- Determinantes de la personalidad
 - 2.- Autoconocimiento
 - 3.- Valores

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CREATIVIDAD

- 1.Pensamiento creativo
- 2.Fases de la creatividad
- 3.Búsqueda de nuevas ideas
- 4.Técnicas de creatividad
- 5.Gestión creativa de conflictos

PARTE 2. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

1. Imagen y de comunicación de la empresa:
 - 1.- Mecenazgo, patrocinio y colaboración
 - 2.- Consolidación de marcas y productos
2. Eventos en marketing y comunicación:
 - 1.- Ferias
 - 2.- Actos promocionales
 - 3.- Actos institucionales
 - 4.- Congresos
 - 5.- Recepciones
 - 6.- Ruedas de prensa y otros eventos
3. Documentación interna de planificación
 - 1.- Cronograma y Organización de eventos
 - 2.- Planos, información práctica
 - 3.- Seguridad del evento
4. Atención especial a autoridades
5. Comunicación de eventos entre otros:
 - 1.- Correspondencia
 - 2.- Publicidad del evento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y CONTRATACIÓN DE ESPACIOS, MEDIOS Y PERSONAS PARA EVENTOS

1. Selección y negociación de ofertas
 - 1.- Especificaciones del lugar, material y equipo necesario
 - 2.- Lugares de celebración
 - 3.- Proveedores de servicios
2. Contratación de prestación de lugares o alquiler de medios
 - 1.- Contratación de servicios de logística y catering del evento
 - 2.- Contratación de otros medios de apoyo al evento
3. Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos:
 - 1.- Personal para el evento
 - 2.- Contratación y transmisión de instrucciones y normas
4. Prácticas habituales en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación
 - 1.- Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL Y SEGUIMIENTO DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

1. Supervisión y seguimiento de eventos

- 1.- Control de participantes
- 2.Coordinación de recursos y proveedores: puntualidad, protocolo, seguridad y coordinación de servicio técnico
- 3.Repercusión en los medios y Dossier de prensa
- 4.Calidad en los servicios de gestión de eventos
 - 1.- Tratamiento de las reclamaciones y quejas
 - 2.- Incidencias y actuaciones ante las desviaciones e imprevistos
- 5.Evaluación de servicios requeridos por los eventos
 - 1.- Elaboración de informes de actos y eventos
 - 2.- Indicadores de calidad del evento
 - 3.- Cuestionarios de satisfacción
- 6.Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de la calidad de eventos

PARTE 3. PROTOCOLO EN EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN PERSONAL Y CORPORATIVA

- 1.Relaciones entre protocolo e imagen corporativa:
 - 1.- Naturaleza del protocolo empresarial
 - 2.- Manual de protocolo de la empresa
 - 3.- Comunicación corporativa
- 2.Tipos de protocolo:
 - 1.- Protocolo social
 - 2.- Protocolo académico
 - 3.- Protocolo internacional
 - 4.- Protocolo de banquetes y comidas
 - 5.- Protocolo de normas de expresión y comportamiento a través de Internet
 - 6.- Protocolo de actos deportivos
 - 7.- Protocolo de atención
 - 8.- Protocolo de seguridad
- 3.Habilidades sociales y relaciones interpersonales
 - 1.- Normas de comportamiento y educación social
 - 2.- Relaciones personales y relaciones de grupo: similitudes y diferencias
 - 3.- Psicología individual y social básica aplicada a actos sociales
 - 4.- Liderazgo, empatía y asertividad
- 4.La imagen personal
 - 1.- Elección del vestuario
 - 2.- Formas de saludar
- 5.Formas protocolares de expresión oral:
 - 1.- Comunicación verbal

2.- El lenguaje corporal

6. Formas protocolares de expresión escrita

7. Atención a los medios de comunicación y prensa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CEREMONIAL DE ACTOS Y EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

1. Legislación de protocolo y ceremonial del Estado, Académico y Religioso

2. Ceremonial y protocolo institucional aplicado a eventos de empresas

3. Normas y usos habituales en actos protocolarios:

1.- Decoración y elementos escenográficos

2.- Disposición de autoridades

3.- Uso de símbolos oficiales: banderas, himnos, logotipos e imágenes de empresa

4.- Orden de intervenciones y jerarquía

5.- Atención a invitados y acompañantes

4. Desarrollo de actos y eventos protocolarios:

1.- Incidencias habituales en el desarrollo de actos y eventos

2.- Fórmulas de resolución

PARTE 4. RELACIONES PÚBLICAS

MÓDULO 1. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

1. Definición de comunicación

2. Elementos y características de la comunicación

3. Teorías comunicativas según el contexto

4. Obstáculos comunicativos

5. Tipologías comunicativas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

1. Habilidades de la conversación

2. Proceso de escucha

3. Importancia de la empatía en la comunicación

4. Reformulación de comunicaciones

5. Cómo lograr la aceptación incondicional

6. La habilidad de personalizar

7. La confrontación en la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1. Introducción a la comunicación en la empresa

2. Proceso y elementos de la comunicación

3. La calidad de las comunicaciones empresariales

4. Tipos de comunicaciones: Internas y externas

5. Tipologías de comunicación empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL EMPRESARIAL

1. PCI o políticas de comunicación integral
2. Formación en comunicación de los directivos
3. Organización de actos públicos
4. Actitudes y comportamientos ante medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LIDERAZGO EMPRESARIAL

1. Introducción al proceso directivo
2. Características y teorías de liderazgo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN LABORAL

1. Conceptualización de motivación laboral
2. Características y teorías de la motivación laboral
3. Liderazgo y motivación
4. Logro de satisfacción laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INICIACIÓN A LA NEGOCIACIÓN

1. Definición de negociación
2. Características generales de la negociación
3. Elementos fundamentales
4. Proceso de negociación y fases principales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS FUNDAMENTALES DE NEGOCIACIÓN

1. Definición de estrategias en negociación
2. Técnicas y tácticas de negociación
3. Elementos prácticos de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA IMPORTANCIA DEL SUJETO NEGOCIADOR

1. Características de la personalidad del negociador
2. Habilidades fundamentales que debe desarrollar todo negociador
3. Propiedades del sujeto negociador
4. Tipos de sujetos negociadores

MÓDULO 2. MARKETING RELACIONAL**UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING RELACIONAL**

1. Marketing transaccional vs. Marketing relacional
2. Diferencias entre venta transaccional y venta relacional
3. Marketing relacional como marketing enfocado al cliente
4. Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional
5. Conceptos integrados en el marketing relacional

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO BASE DEL MARKETING RELACIONAL

1. La fidelización como objetivo del marketing relacional
2. Nivel de fidelidad de los clientes
3. Programas de fidelización

4. Objetivos de un programa de fidelización
5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales
6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

UNIDAD DIDÁCTICA 12. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES ONLINE

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online
2. Conceptos de fidelización online
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización del cliente en Internet
5. Estructura de un plan de fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 13. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS EN LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

1. La base de datos
2. Creación de una base de datos
3. Elementos de una base de datos de marketing
4. Calidad de los datos
5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing
6. Data mining

UNIDAD DIDÁCTICA 14. LA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES COMO PRINCIPAL HERRAMIENTA PARA CONOCER AL CLIENTE

1. Segmentación tradicional vs. Segmentación de marketing relacional
2. Criterios de segmentación
3. Técnicas de análisis y segmentación de clientes
4. Segmentación en Internet
5. Geomarketing y segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 15. MÉTRICAS EN MARKETING RELACIONAL

1. La importancia de medir los resultados
2. Definición de un plan de investigación
3. Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional
4. Métricas de clientes
5. Otros indicadores básicos

UNIDAD DIDÁCTICA 16. GENERACIÓN DE LEADS

1. Estrategias para captar leads de calidad
2. Utilización de email marketing para captar leads
3. Utilización de buscadores para la generación de leads
4. El permission marketing

MÓDULO 3. SOCIAL MEDIA Y RELACIONES PÚBLICAS**UNIDAD DIDÁCTICA 17. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA**

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media

- 3. Prosumer
- 4. Contenido de valor
- 5. Marketing viral
- 6. La figura del Community Manager
- 7. Social Media Plan
- 8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 18. SOCIAL CRM

- 1. Introducción
- 2. Marketing relacional
- 3. Experiencia del usuario
- 4. Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 19. ATENCIÓN AL CLIENTE EN FACEBOOK

- 1. Introducción
- 2. Escucha activa
- 3. Uso de chatbots en Facebook Messenger
- 4. Información de la Fanpage
- 5. Gestión de Comentarios
- 6. Reseñas o valoraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 20. ATENCIÓN AL CLIENTE EN TWITTER

- 1. Introducción
- 2. Información básica del perfil
- 3. Agregar un botón de mensaje
- 4. Configurar mensajes de bienvenida
- 5. Deep Links
- 6. Monitorización
- 7. Gestión de comentarios
- 8. Gestionar crisis de reputación en Twitter

UNIDAD DIDÁCTICA 21. ATENCIÓN AL CLIENTE EN INSTAGRAM

- 1. Introducción
- 2. Información básica del perfil
- 3. Instagram Direct
- 4. Gestión de comentarios
- 5. Herramientas de Análisis y monitorización

UNIDAD DIDÁCTICA 22. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

- 1. Definir la estrategia
- 2. Cuentas específicas
- 3. Identificación del equipo
- 4. Definir el tono de la comunicación
- 5. Protocolo de resolución de problemas

- 6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
- 7. Monitorización
- 8. Gestión, seguimiento y fidelización
- 9. Medición de la gestión de atención al cliente

MÓDULO 4. RELACIONES PÚBLICAS Y GABINETES DE PRENSA

UNIDAD DIDÁCTICA 23. LAS RELACIONES PÚBLICAS

- 1. Introducción
- 2. Concepto y definición de relaciones públicas
- 3. Elementos de las relaciones públicas
- 4. Análisis de los públicos
- 5. El contexto económico empresarial actual: las relaciones públicas como práctica de la responsabilidad social
- 6. Implicaciones del marketing social en las relaciones públicas
- 7. La integración de las relaciones públicas en el plan de comunicación
- 8. La efectividad y la investigación en las relaciones públicas
- 9. Análisis del posicionamiento según Ries y Trout: publicidad vs relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 24. GABINETES DE PRENSA Y NEGOCIACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 1. Introducción y planteamiento general
- 2. Consideraciones preliminares
- 3. La personalización de las relaciones con la prensa
- 4. Negociación de las partidas y noticiabilidad
- 5. Gestión y coordinación
- 6. Desarrollo del trabajo del gabinete