

Asignatura de Estrategias y técnicas de comunicación

Asignatura Online de Estrategias y técnicas de comunicación

Inicio
18 feb 2026

100%
Online

Idiomas: Español, Catalán

Precio: 432 €

[Solicita información](#)

[Matricúlate](#)



Metodología 100% online



1.ª universidad online del mundo



Acompañamiento personalizado

Presentación

La comunicación es la base de la gestión en la sociedad de la información y el conocimiento. Reflexionar sobre la comunicación empresarial nos proporciona una herramienta imprescindible para ejercer nuestra profesión en el seno de la empresa.

Estrategias y técnicas de comunicación es una asignatura obligatoria dentro del plan de estudios del grado de Marketing e Investigación de Mercados (MeIM) de la UOC. Tiene como objetivo el establecimiento de las claves del diseño de estrategias de comunicación de marketing de la empresa, estrategias que se tienen que integrar en el plan de comunicación externa propio y peculiar de cada organización empresarial.

La UOC, la mejor universidad online

Somos la universidad online del Estado mejor posicionada en los principales rankings de calidad universitaria.



Contenidos

Contenidos

Las comunicaciones de marketing desarrollan un papel fundamental en el marketing mix de las empresas y de todo tipo de organizaciones. Los instrumentos de comunicación a disposición de los responsables de marketing son muy variados, dado que no se limitan al ámbito de la venta personal y la publicidad, sino que también pueden recurrir a variables de comunicación como la promoción de ventas, el patrocinio, las relaciones públicas y el marketing directo. Precisamente, han sido estas últimas técnicas las que han experimentado un mayor crecimiento en los últimos años.

Módulo 1. Venta personal y dirección de ventas

En este módulo se constata la importancia que está adquiriendo el establecimiento de relaciones continuadas entre el vendedor y el cliente, y se estudian, entre otras cuestiones, las habilidades requeridas en el desarrollo de las funciones de ventas y las etapas de las que consta el proceso de venta personal, así como las funciones básicas de la dirección de ventas.

Módulo 2. Publicidad

En este módulo se tendrá la ocasión de analizar la influencia de la publicidad en el comportamiento del consumidor y de conocer las estrategias creativas para la elaboración del mensaje publicitario, así como las estrategias para su difusión a través de los medios de comunicación. También se estudian el papel de las agencias de publicidad en el proceso publicitario y el marco jurídico y los códigos éticos que afectan a las actividades publicitarias en la actualidad.

Módulo 3. Promoción de ventas

El tercer módulo permite conocer cómo diseñar la estrategia de promoción de ventas, así como los diferentes tipos de comunicaciones de los que se puede servir la empresa para impulsar la demanda de su producto.

Módulo 4. Patrocinio y relaciones públicas

Por un lado, se analizan las distintas modalidades de patrocinio existentes y los objetivos que habitualmente se fijan en las actividades de este tipo, así como las herramientas de las que se dispone para evaluar su eficacia; por otro lado, también se abordan las diferentes técnicas al servicio de las relaciones públicas.

Módulo 5. Marketing directo e interactivo

Este último módulo permite conocer las características de esta herramienta compleja de comunicación, que también incorpora elementos propios de la distribución. Se estudian las bases de datos del marketing directo y se analizan las diferentes modalidades de marketing directo, tanto las que se llevan a cabo en los medios de comunicación convencionales, como las que se llevan a cabo a través de medios electrónicos.

Hay que cursarla, preferiblemente, después de haber superado satisfactoriamente las asignaturas troncales **Fundamentos de marketing** y **Dirección de marketing**.

Objetivos y competencias

Las **competencias transversales** que se trabajan en esta asignatura son las siguientes:

- Buscar, identificar, organizar y utilizar adecuadamente la información.
- Organizar y planificar la actividad profesional de forma óptima.
- Interpretar y evaluar la información de manera crítica y sintética.
- Comunicarse correctamente de forma escrita o verbal, tanto en lenguas propias como en lengua extranjera, en el ámbito académico y profesional.

Al terminar el curso, se deberán haber conseguido los siguientes **objetivos**:

- Conocer las características y el funcionamiento de los diferentes procedimientos de comunicación de los que dispone el responsable de marketing: venta personal, publicidad, promoción de ventas, patrocinio, relaciones públicas y marketing directo.
- Comprender la contribución de estos instrumentos en la estrategia de comunicación de las empresas y organizaciones.

Recursos para el aprendizaje

Los recursos para el aprendizaje que ofrece la UOC son digitales y han sido editados por la UOC en multiformato (HTML5, WEB, EPUB, PDF, etc.). Los recursos con que cuenta la asignatura son:

- Módulos propios sobre teoría de la cultura desde diferentes perspectivas (filosofía, sociología, política cultural, economía y tecnología).
- Selección de lecturas y materiales audiovisuales de cada uno de los temas.

Profesorado

Colaboradores

Maria de los Angeles Garcia Haro

Requisitos de acceso

Requisitos previos

Para matricularse de esta asignatura y seguirla no se necesita ninguna titulación académica ni hay que tener conocimientos previos sobre la materia.

Requisitos técnicos

Para el seguimiento de esta asignatura es necesario disponer de un ordenador de sobremesa o portátil con conexión a internet (por banda ancha, ADSL o cable) y un monitor con una resolución mínima de 1.024 x 768 píxeles. Para poder consultar algunos materiales también puede ser necesario un lector de DVD.

Es recomendable que la CPU (ya sea de un ordenador de sobremesa o de un portátil) tenga como mínimo 2 GB de memoria RAM y 2 GHz de velocidad de procesador.

Es necesario un sistema operativo Windows XP (o superior), Mac OS o Linux*. También se requiere tener instalado uno de los siguientes navegadores: Internet Explorer 9.0 (o superior), Mozilla Firefox o Chrome.

* Debido a la gran variedad de distribuciones que existen, no especificamos todas las versiones posibles.

Titulación

El seguimiento y la superación de las asignaturas cursadas lleva a la obtención de un certificado de la UOC. Este documento permitirá la convalidación -o su reconocimiento- con las asignaturas de los estudios universitarios de la UOC siempre y cuando se reúnan los requisitos previos determinados.

La UOC, la mejor universidad online

Matrícula y precio

Proceso de matrícula

1 Formularios de matrícula

Rellena el formulario de matrícula del curso concreto que te interesa, que encontrarás a la parte superior de la página.

2 Acceso al Campus

Si no recuerdas las claves de acceso al campus virtual, las puedes recuperar desde el [siguiente enlace](#).

¿Cuándo te puedes matricular?

En la UOC puedes matricularte en dos momentos diferentes del año. Escoge la opción que mejor se adapte a sus necesidades. Consulta el plazo de matriculación y el inicio de curso en la página de los estudios que te interesen cursar.



Matriculación a partir de **abril**

para comenzar el curso en **septiembre u octubre**



Matriculación a partir de **octubre**

para comenzar el curso en **febrero o marzo**

Concepto	Precio
Precio del curso	432 €

El precio de este programa será el vigente en el momento de formalizar la matrícula. Sujeto a revisión anual.



122.750 graduados y graduadas



89 % de estudiantes que estudian y trabajan



79 % volvería a escoger la UOC

Formas de pago

El pago de los cursos se efectúa con tarjeta.

1. TPVV: pago con una tarjeta de crédito o de débito de cualquier entidad financiera, mediante el TPVV (terminal de punto de venta virtual) de «la Caixa».

Información sobre el desistimiento de matrícula

Descuentos

La UOC ofrece una serie de descuentos. Si puedes acogerte a alguno, en el momento de hacer la matrícula debes elegirlo en el desplegable del apartado *Descuentos*. En caso de que puedas acogerte a más de uno, tendrás que elegir el más beneficioso.

Descuentos para a colectivos

Familia numerosa

Los estudiantes beneficiarios del título de familia numerosa reconocido por el Estado español, o por el organismo competente en el resto de países, tienen derecho a los siguientes descuentos, en función de la categoría:

- Familias numerosas de categoría **especial: descuento del 15%**.
- Familias numerosas de categoría **general: descuento del 7,5%**.

Personas con discapacidad

Los estudiantes con un grado de discapacidad **igual o superior al 33%** reconocido por el Estado español, o el grado **equivalente** por cualquier otro país, tienen derecho a un **descuento del 15%**.

Víctimas de actos terroristas

Los estudiantes (o sus hijos o cónyuges) que hayan sido reconocidos como víctimas de actos terroristas por el organismo competente en el Estado español, o de cualquier otro país, tienen derecho a un **descuento del 15%**.

Víctimas de violencia machista en el ámbito de la pareja

Los estudiantes (y sus hijos o hijas dependientes) que hayan sido reconocidos como víctimas de violencia de género por el organismo competente en el Estado español, o de cualquier otro país, tienen derecho a un **descuento del 15%**.

Comunidad UOC

- **UOC Alumni: 10% de descuento**

Puedes disfrutar de este descuento si has obtenido un título oficial (de grado, licenciatura, diplomatura, ingeniería o máster universitario) o un máster o posgrado propio en la UOC.

- **Descuentos para empresas**

Si tu empresa u organización tiene un acuerdo con la UOC, podrás beneficiarte de descuentos y ventajas en tu matrícula.

[Consulta las condiciones de los descuentos para empresas](#)

Programa UOC de acompañamiento al deportista de competición

Los estudiantes considerados deportistas de competición tienen derecho a un descuento sobre el importe de la matrícula.

+ [Consulta la informació del programa](#)

UOC

