

## ANEXO I . TEMARIO PROMOCIÓN INTERNA JEFE DE ÁREA DE MARKETING Y PUBLICIDAD CIUDAD DE LAS ARTES Y DE LAS CIENCIAS SAU

### 1.- FUNDAMENTOS DEL MARKETING

- 1.1.- Marketing: conceptos y dimensiones.
- 1.2.- Entorno y globalización.

### 2.- FUNCIÓN COMERCIAL.

- 2.1.- Segmentación del mercado.
- 2.2.- La demanda.
- 2.3.- Comportamiento del consumidor.
- 2.4.- Conocimiento del mercado. Investigación comercial

### 3.- ESTRATEGIAS DE MARKETING

- 3.1.- Planificación, organización y control de la estrategia de marketing.
- 3.2.- El producto: concepto y gestión.
- 3.3.- El precio.
- 3.4.- La distribución.

### 4.- LA COMUNICACIÓN: LA PUBLICIDAD

- 4.1.- Concepto y objeto
- 4.2.- Publicidad de producto
- 4.3.- Publicidad de marca
- 4.4.- Publicidad institucional
- 4.5.- Mensaje Publicitario
- 4.6.- Estrategia publicitaria
- 4.7.- Agencias de publicidad

### 5.- LA COMUNICACIÓN: LA PROMOCIÓN

- 5.1.- Concepto y objeto
- 5.2.- Ventajas e inconvenientes de la promoción
- 5.3.- Elementos promocionales
- 5.4.- Relación entre promoción y ventas
- 5.5.- Planificación campaña promocional

### 6.- RELACIONES CON LOS MEDIOS: GABINETE DE PRENSA

- 6.1.- Los gabinetes de comunicación en instituciones públicas. Las relaciones de las instituciones públicas y los medios de comunicación
- 6.2.- Preparación de encuentros de representantes institucionales con/en los medios de comunicación (ruedas de prensa, intervenciones en medios de comunicación, entrevistas...

### 7.- MARKETING DIGITAL

- 7.1.- Dominios marketing online
- 7.2.- Presencia de marketing online
- 7.3.- Sitios Web

- 7.4.- Redes sociales
- 7.5.- Email marketing
- 7.6.- Marketing móvil

## **8.- MARKETING SOSTENIBLE: RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉTICA**

### **9.- IMAGEN CORPORATIVA INSTITUCIONAL**

9.1.- El manual de identidad corporativa: función y elementos. La imagen corporativa de la Generalitat Valenciana: evolución y marco actual.

9.2.- Los manuales de estilo en los medios de comunicación. El uso de lenguaje inclusivo y no sexista en la comunicación periodística e institucional.

### **10.- PLANES ESTRATÉGICOS DE TURISMO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA.**

10.1.- Plan estratégico de turismo de la Comunidad Valenciana 2020-2025

10.2.- Código ético turismo valenciano

10.3.- Plan de estímulo al turismo

10.4.- Plan estratégico Ciutat de les Arts i les Ciències 2020-2023

## **BIBLIOGRAFÍA**

Libros de referencia:

- Rivera Jaime y otros. Dirección de marketing. Fundamentos y aplicaciones. Editorial ESIC
- Principios del Marketing de Philip T.Kotler

Los planes estratégicos, los códigos y los manuales se podrán descargar de las páginas web de las siguientes entidades:

<http://presidencia.gva.es/es/manuales-corporativos>

<https://www.inmujer.gob.es/servRecursos/formacion/materiales/nombraEnRed.htm>

[http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/2020\\_2025\\_Plan\\_Estrategico\\_de\\_Turismo\\_de\\_la\\_CV.pdf](http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/2020_2025_Plan_Estrategico_de_Turismo_de_la_CV.pdf)

[http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/Codigo\\_Etico\\_Turismo\\_Valenciano.pdf](http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/Codigo_Etico_Turismo_Valenciano.pdf)

<https://www.visitvalencia.com/fundacion-turismo-valencia/plan-estimulo-turismo>

[https://www.cac.es/transparencia/documentos/plan\\_estrategico2020\\_2023.pdf](https://www.cac.es/transparencia/documentos/plan_estrategico2020_2023.pdf)