
PROGRAMA FORMATIVO

Técnicas Publicitarias

Código: 1099

➤ **Modalidad:** ONLINE

➤ **Duración:** 80 horas

➤ **Objetivos:**

El objetivo de este curso es analizar el proceso de la comunicación. Identificar las diferentes técnicas de comunicación. Desarrollar en profundidad el concepto de publicidad. Identificar el papel de la publicidad en la empresa. Analizar el contenido y la metodología del presupuesto publicitario. Descubrir cómo seleccionar una agencia de publicidad. Descubrir el papel de la publicidad en la empresa. Analizar el contenido y la metodología del presupuesto publicitario. Identificar cómo seleccionar una agencia de publicidad. Desarrollar el concepto de canal de comunicación. Diferenciar los distintos medios publicitarios. Analizar las características particulares de cada medio. Identificar las diferentes fuentes de información. Analizar la importancia del manejo de la información en publicidad. Desarrollar la investigación publicitaria. Descubrir la estrategia de comunicación en la empresa, Analizar las diferentes estrategias publicitarias, creativas y de medios, así como identificar la metodología de las presentaciones ante clientes.

➤ **Contenidos:**

MÓDULO 1: Introducción a la Publicidad

TEMA 1. La Comunicación Publicitaria: La Publicidad y su Entorno

Introducción a la Comunicación

Proceso de la Comunicación Publicitaria

Las Técnicas de Comunicación

Definición de Publicidad

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

TEMA 2. La Empresa Anunciante: El Emisor

Necesidad del Área de Publicidad en la Empresa

Funciones del Área de Publicidad de la Empresa

Determinación del Presupuesto Publicitario

La Selección de la Empresa de Publicidad

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

PROGRAMA FORMATIVO

TEMA 3. La Agencia Publicitaria: El Emisor Técnico

Funciones del Área de Publicidad. Concepto y Estructura

Organigrama de una Agencia Publicitaria

Clasificación de las Agencias

El Fundamento Económico y las Relaciones

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Supuestos Prácticos

MÓDULO 2: Los Medios de Difusión

TEMA 4. El Canal de la Comunicación

Concepto y Clasificación

Características I

Características II

Características III

Características IV

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Supuestos Prácticos

MÓDULO 3: La Tarea Publicitaria

TEMA 5. La Información y su Proceso

Las Fuentes de Información I

Las Fuentes de Información II

La Necesidad de Procesar la Información

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

TEMA 6. Estrategias Publicitarias

La Estrategia General de la Comunicación

La Estrategia Publicitaria

La Estrategia Creativa

La Estrategia de Medios

Presentación de una Campaña

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Supuestos Prácticos

PROGRAMA FORMATIVO