



DOCTOR OLÓRIZ 2, 1ºA
GRANADA 18012
tel. 900 44 22 44
fax 900 10 17 99
email info@grupo2000.es
web www.grupo2000.es



Técnicas publicitarias



Modalidad: Distancia

Duración: 80 h

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

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

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

MÓDULO 2: Los Medios de Difusión

TEMA 4. El Canal de la Comunicación

Concepto y Clasificación
Características I
Características II
Características III
Características IV

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

TEMA 6. Estrategias Publicitarias
La Estrategia General de la Comunicación
La Estrategia Publicitaria
La Estrategia Creativa
La Estrategia de Medios
Presentación de una Campaña

Glosario
Bibliografía