



### FICHA TÉCNICA DE LA ACCIÓN FORMATIVA

<b>Denominación de la Acción Formativa</b>	<b>TÉCNICAS PUBLICITARIAS</b>	
--	-------------------------------	--

Descripción de la Acción Formativa		
<b>Modalidades:</b>	<b>Online</b>	<b>A distancia</b>
<b>Nº de Horas:</b>	<b>60 horas</b>	<b>80 horas</b>
<b>Material:</b>	<b>Pack de formación, manual + CD</b>	

#### Objetivo del Curso

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. TEMA 2. La Empresa Anunciante: El Emisor. TEMA 3. La Agencia Publicitaria: El Emisor Técnico

MÓDULO 2: Los Medios de Difusión. TEMA 4. El Canal de la Comunicación. MÓDULO 3: La Tarea Publicitaria. TEMA 5. La Información y su Proceso. TEMA 6. Estrategias Publicitarias



### TÉCNICAS PUBLICITARIAS