

TÉCNICO EN PUBLICIDAD

PRESENTACION

CONTENIDOS:

En la actualidad, la publicidad se configura como el motor económico de una empresa, un arma de información magistral que enfocado con claridad y sabiduría se transforma en una de las principales herramientas de venta. Por ello, consideramos la publicidad como herramienta de poder.

A lo largo de este curso veremos prácticamente todos los aspectos que una empresa, asociación o individuo deben tener en cuenta a la hora de utilizar esta herramienta para su beneficio, independientemente de cual sea el objetivo propuesto.

Estudiaremos de manera sistemática todo el proceso de producción publicitaria centrándonos en cada módulo en un aspecto muy específico del proceso.

Duración: 88 horas.

Esta dirigido a:

Estudiantes de último año de carrera y licenciados en Periodismo, Marketing, Publicidad-Relaciones Públicas, Sociología, Psicología, Derecho, RRLL, CC del Trabajo, CC Políticas, Empresariales, Económicas y Profesionales del Sector que desean ampliar conocimientos.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Dotar al alumno de conocimientos y herramientas prácticas para la elaboración integral de un proceso completo de producción publicitaria.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Comprender y analizar las bases fundamentales de la publicidad.
Conocer los tipos de anunciantes, sus objetivos y características.
Dotar al alumno de herramientas para la elaboración del Briefing como inicio publicitario.
Conocer en profundidad los distintos medios publicitarios.
Identificar las funciones de las empresas auxiliares.
Determinar presupuestos
Establecer el público objetivo
Definir los soportes de cada medio
Esclarecer los Objetivos publicitarios
Definir el calendario de la campaña publicitaria
Conocer los métodos de planificación de medios
Reconocer y practicar los distintos tipos de pensamientos creativos
Conocer los métodos persuasivos en publicidad
Relacionar el "Comportamiento del hombre" y la "Publicidad" para lograr la efectividad de las campañas
Conocer las especializaciones y formas de cobros de las diferentes agencias de publicidad.
Conocer el concepto y objetivos de las Centrales de Medios

METODOLOGÍA:

Nuestro principal objetivo es el desarrollo de las habilidades prácticas de nuestros alumnos, por ello consideramos fundamental la utilización de una metodología que potencie la participación y la creatividad de los mismos. Esto sugiere la realización de diferentes casos prácticos sustentados en una base teórica moderada.

MATERIAL:

El alumno recibirá un completo Manual con toda la documentación necesaria.

TEMARIO

MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD

Introducción

El fenómeno publicitario

¿Funciona la Publicidad?

MÓDULO 2: LA EMPRESA COMO ANUNCIANTE

¿Quién es el anunciante?

La intención del anunciante

Fundamentos estratégicos de la Publicidad

MÓDULO 3: MEDIOS PUBLICITARIOS

Medios publicitarios convencionales

Medios publicitarios no convencionales

MÓDULO 4: EMPRESAS DE SERVICIOS AUXILIARES

Definición

Tipos de empresas auxiliares

MÓDULO 5: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LOS MEDIOS

Introducción

Proceso de Planificación

MÓDULO 6: COMUNICACIÓN CREATIVA PUBLICITARIA

Introducción

Proceso creativo

Cómo convencer a nuestro público I

Cómo convencer a nuestro público II

MÓDULO 7: EL CONSUMIDOR / PERCEPTOR

Introducción

La fuerza del consumidor

La actitud del consumidor ante la Publicidad

¿Cómo captar la atención del público?

MÓDULO 8: LA AGENCIA DE PUBLICIDAD

Un poco de historia

¿Qué es una Agencia Publicitaria?

Estructura de la Agencia Publicitaria

¿Cómo cobran las Agencias Publicitarias?

Aspectos a tener en cuenta en la contratación de una Agencia Publicitaria

Escoger la agencia adecuada

Funciones de la Agencia de Publicidad

Tipos de Agencias Publicitarias

Dimensión Jurídica

c/ Gran Vía, 46 – Plaza del Callao, 4, 6ª planta 28013

c/ Sagasta, nº 20, 1ª Planta, 28004

Madrid - España

+34 91 593 15 45

informacion@formaselect.com

www.formaselect.com

MÓDULO 9: CENTRALES DE MEDIOS

Concepto
Clases de Centrales de Medios
Ventajas y Desventajas

BOLSA DE TRABAJO (sólo modalidad presencial)

El objetivo de éste departamento es promover y gestionar la incorporación de sus alumnos al mercado laboral.

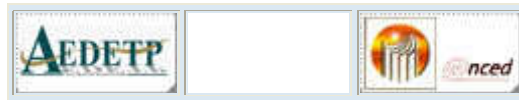
En el momento de formalizar la matrícula, el alumno deberá entregar CV y fotografía reciente para ser gestionado en la Bolsa de Trabajo. A lo largo del curso, el alumno tendrá la oportunidad de renovar su CV y recibir asesoramiento sobre procesos de selección en los que esté participando o vaya a participar.

FORMASELECT como Escuela de Negocios, pero también como Consultora de Empresas, ofrece a sus alumnos la ventaja de gestionar el CV directamente entre el cliente y nosotros mismos, sin ningún otro tipo de intermediarios.

El cliente cuenta con el valor añadido de saber que la base de datos que se le ofrece está perfectamente cualificada para el desarrollo de la labor requerida.

HOMOLOGACIONES Y RECONOCIMIENTOS

La Escuela de Negocios **FORMASELECT** recibe las homologaciones de **AEDETP** (Asociación Española de Enseñanza Técnico Profesional), **ANCED** (Asociación Nacional de Centros de Enseñanza a Distancia). Estas tres organizaciones homologan y certifican centros de formación con el fin de garantizar unos criterios de calidad formales, para el correcto desarrollo de las acciones formativas propuestas por nuestro centro.



Todas las empresas que han colaborado y colaboran con **FORMASELECT**, quedan satisfechas con el servicio prestado y su confianza se traduce en posteriores acuerdos tanto a nivel de Consultoría como en Formación.

Por tercer año consecutivo, la agencia **TMP Worldwide Advertising & Communications**, nos ha destacado como una de las principales Escuelas de Negocio a nivel nacional.

El apoyo de diferentes medios, junto con el respaldo de las mejores empresas e instituciones, es el argumento de éxito y calidad que sostiene nuestra empresa. Respaldan públicamente el servicio de **FORMASELECT**:



EMPRESAS COLABORADORAS

Como garantía y aval de la formación impartida, podemos presumir de tener convenios de colaboración con más de 120 empresas, convenios que van desde el acuerdo para poner a los alumnos del centro en disposición para realizar prácticas en las empresas clientes, hasta acuerdos de consultoría y formación a todos los niveles.

Señalamos a continuación, las empresas colaboradoras con la **Escuela de Negocios FORMASELECT** más destacadas: [VER LISTADO COMPLETO DE EMPRESAS COLABORADORAS](#)

