

Técnicas publicitarias.

Técnicas publicitarias.

Duración: 190 horas

Precio: 350 euros.

Modalidad: e-learning

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.

Titulación:

Certificado por la Universidad San Pablo CEU.

Metodología:

© icaformación2026

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD

1. Tema 1. La comunicación publicitaria: la publicidad y su entorno.

    1.1.Introducción a la comunicación.

    1.2.Proceso de la comunicación publicitaria.

    1.3.Las técnicas de comunicación.

    1.4.Definición de publicidad.

    1.5.Lo que hemos aprendido.

    1.6.Test.

    1.7.Actividades.

2. Tema 2. La empresa anunciante: el emisor.

    2.1.Necesidad del área de publicidad en la empresa.

© icaformación2026

2.2.Funciones del área de publicidad de la empresa.

2.3.Determinación del presupuesto publicitario.

2.4.La selección de la empresa de publicidad.

2.5.Lo que hemos aprendido.

2.6.Test.

2.7.Actividades.

3. Tema 3. La agencia publicitaria: el emisor técnico.

3.1.Funciones del área de publicidad. Concepto y estructura.

3.2.Organigrama de una agencia publicitaria.

3.3.Clasificación de las agencias.

3.4.El fundamento económico y las relaciones.

3.5.Lo que hemos aprendido.

3.6.Test.

3.7.Actividades.

3.8.Supuestos prácticos.

MÓDULO 2: LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN

1. Tema 4. El canal de la comunicación.

1.1.Concepto y clasificación.

© icaformación2026

1.2.Características I.

1.3.Características II.

1.4.Características III.

1.5.Características IV.

1.6.Lo que hemos aprendido.

1.7.Test.

1.8.Actividades.

1.9.Supuestos prácticos.

MODULO 3: LA TAREA PUBLICITARIA.

1. Tema 5. La información y su proceso.

1.1.Las fuentes de información I.

1.2.Las fuentes de información II.

1.3.La necesidad de procesar la información.

1.4.Lo que hemos aprendido.

1.5.Test.

1.6.Actividades.

2. Tema 6. Estrategias publicitarias.

2.1.La estrategia general de la comunicación.

© icaformación2026

2.2.La estrategia publicitaria.

2.3.La estrategia creativa.

2.4.La estrategia de medios.

2.5.Presentación de una campaña.

2.6.Lo que hemos aprendido.

2.7.Test.

2.8.Actividades.

2.9.Supuestos prácticos.

© icaformación2026