

Técnicas publicitarias

Técnicas publicitarias

Duración: 80 horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: A distancia

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.

Metodología:

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:

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

© icaformación2026

Determinación del Presupuesto Publicitario

La Selección de la Empresa de Publicidad

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

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

© icaformación2026

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

© icaformación2026

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

© icaformación2026