



 **EUROINNOVA.ES**
Líder en Formación a distancia

Experto en Técnicas Publicitarias

Experto en Técnicas Publicitarias

Duración: 180 horas

Precio: 150 € *

Modalidad: A distancia

* Materiales didácticos, titulación oficial y gastos de envío incluidos.

Descripción

Resulta esencial descubrir el verdadero papel de la publicidad, tanto dentro de una empresa como fuera de ella, así como la importancia de la comunicación como herramienta básica en una organización y que logra que todo plan y sus correspondientes objetivos, tareas, etapas y procesos puedan desarrollarse de la manera más eficaz. El presente curso dotará al alumno de los conocimientos y habilidades necesarias para desarrollarse profesionalmente en el área de la publicidad, la comunicación y el marketing.



A quién va dirigido

Profesionales del mundo de la publicidad, la comunicación y el marketing que quieran ampliar y perfeccionar conocimientos sobre las técnicas publicitarias más eficaces, así como desarrollar las nociones más comunes y útiles en estas áreas de trabajo.

Objetivos

- Analizar el proceso de comunicación publicitaria identificando las técnicas de comunicación más idóneas.
- Desarrollar en profundidad el concepto de publicidad y sus aplicaciones en el ámbito profesional.
- Identificar el papel que la publicidad desempeña dentro de una empresa.
- Diferenciar los distintos medios publicitarios, identificar fuentes de información, así como aclarar conceptos y términos ligados a la publicidad, la comunicación y el marketing con sus correspondientes connotaciones con el mundo laboral y en concreto con las áreas de trabajo que nos ocupan.

Para que te prepara

El presente curso dotará al alumno de los conocimientos y habilidades necesarias para desarrollarse profesionalmente en el área de la publicidad, la comunicación y el marketing. De igual modo le ayudará a tomar decisiones en referencia a la elección de medios publicitarios, desarrollo de las distintas estrategias publicitarias, planificación del proceso de información, decisión de los canales de comunicación que mejor se ajustan a su agencia, organización y gestión del presupuesto publicitario o en la presentación de una campaña.

Salidas laborales

Ejecutivo de Cuentas, Director de Arte, Creativo, Planificador de Medios, Responsable de Producción, Departamento de Comunicación.

Titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova Formación vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



Forma de financiación

- Contrarrembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.

+ Información Gratis

www.euroinnova.es

Información y matrículas: 958 050 200

Fax: 958 050 244



Metodología

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.

Los materiales son de tipo monográfico, de sencilla lectura y de carácter eminentemente práctico. La metodología a seguir se basa en leer el manual teórico, a la vez que se responden las distintas cuestiones y ejercicios que se incluyen dentro del cuaderno de ejercicios.

Así mismo podrá visualizar los contenidos del CDROM que se incluyen como material complementario de consulta al curso.

Para su evaluación, el alumno/a deberá hacernos llegar en el sobre de franqueo en destino, dicho cuaderno de ejercicios. La titulación será remitida al alumno/a por correo, una vez se haya comprobado el nivel de satisfacción previsto (60% del total de las respuestas).

Materiales didácticos

- CDROM 'Marketing, Publicidad, Medios y Ventas'
- Manual teórico 'Técnicas Publicitarias'
- Cuaderno de ejercicios



Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido:

- **Master a distancia y online:** El plazo de finalización será de 12 meses a contar desde la fecha de recepción de las materiales del curso.

- **Curso a distancia y online:** El plazo de finalización será de 6 meses a contar desde la fecha de recepción de los materiales del curso.

En ambos casos, si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada de 3 meses.

Bolsa de empleo

El alumno tendrá la posibilidad de incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas, participando así en los distintos procesos de selección y empleo gestionados por más de 2000 empresas y organismos públicos colaboradores, en todo el territorio nacional.

Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

Revista digital

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

Programa formativo

PARTE 1. TÉCNICAS PUBLICITARIAS

TEMA 1. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

La comunicación comercial

El mix de comunicación comercial: la venta personal, la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas marketing directo

La comunicación global de la empresa: identidad e imagen corporativa

TEMA 2. LA PUBLICIDAD

Definición de Publicidad

Procesos de Comunicación Publicitaria

Técnicas de Comunicación Publicitaria

TEMA 3. LA EMPRESA ANUNCIANTE. EL EMISOR

Necesidad del Departamento de Publicidad en la empresa

Funciones del Departamento de Publicidad

Determinación del presupuesto publicitario

La selección de la empresa de publicidad

TEMA 4. LA AGENCIA PUBLICITARIA. EL EMISOR TÉCNICO

La Agencia de Publicidad

Organigrama de una Agencia Publicitaria

Clasificación de las Agencias

El fundamento económico y las relaciones

TEMA 5. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

Concepto y clasificación

Medios Publicitarios

Internet y Publicidad

Animación y Marketing

Telemarketing

Estrategias Publicitarias

TEMA 6. LA PLATAFORMA COMERCIAL

Introducción

El cliente actual

El cliente potencial

Plataforma Comercial de Mercado

TEMA 7. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN EN EL MERCADO RELEVANTE

El entorno de las Organizaciones

TEMA 8. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

El estudio del comportamiento de compra: características, alcance e interrelaciones con otras disciplinas

Los condicionamientos del comportamiento de compra de los consumidores

Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo

El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

TEMA 9. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones

+ Información Gratis

Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz

Las estrategias de cobertura del mercado

Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

TEMA 10. EL ATRACTIVO DEL MERCADO Y DE LOS SEGMENTOS

El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda

Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes

Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de marca

Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

TEMA 11. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y EL MARKETING

Componentes de un sistema de información de marketing

Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercado

Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercado

PARTE 2. CDROM. MARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS

TEMA 1. EJEMPLO PLAN DE MARKETING

TEMA 2. EJEMPLO PLAN DE PUBLICIDAD

TEMA 3. EJEMPLO PLAN DE MEDIOS

TEMA 4. EJEMPLO PLAN DE VENTAS