



## Experto en Técnicas Publicitarias



*Working*

Formación Integral S.L.

[www.workingformacion.com](http://www.workingformacion.com)

# OBJETIVOS

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 online de Experto en Técnicas Publicitarias dotará al alumno de los conocimientos y habilidades necesarias para desarrollarse profesionalmente en el área de la publicidad, la comunicación y el marketing.

# CONTENIDOS

## **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 y el 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

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. RECURSOS PRÁCTICOS. 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**



# MODALIDAD

## METODOLOGÍA

Online. Se entrega el material a través de nuestra plataforma virtual homologada. Contará con acceso a la misma las 24 horas al día los 365 días a la semana.

<http://cursosonline.workingformacion.com>

## DURACIÓN

300 horas.

## IMPARTIDO POR

Tutor experto en la materia. Contará con apoyo a través de nuestra plataforma en todo momento.

Al finalizar el curso se hará entrega de un  
**DIPLOMA HOMOLOGADO**





*Working*

Formación Integral S.L.

Paseo Rosales 32, local 9 50008 Zaragoza  
976 242 109 - info@workingformacion.com

[www.workingformacion.com](http://www.workingformacion.com)

