

Experto en Técnicas Publicitarias



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

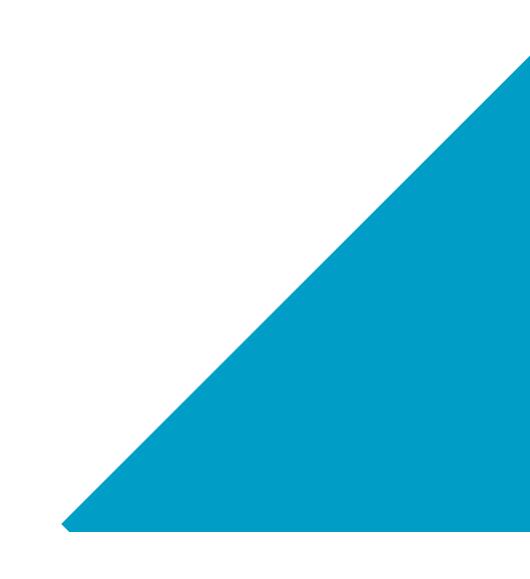
PARTE 2. RECURSOS PRÁCTICOS. MARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS

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**





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

www.workingformacion.com







