



## IMSV026PO : ENTORNO PUBLICITARIO

- **Modalidad: PRESENCIAL**
- **Duración: 60**
- **Contenidos:**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1: INTRODUCCIÓN**

- 1.1. Un ejemplo modelo de publicidad
- 1.2. Análisis del ejemplo
- 1.3. El fenómeno publicitario
- 1.4. ¿Funciona la publicidad?

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2: LA EMPRESA COMO ANUNCIANTE**

- 2.1 ¿Qué es un Anunciante?
- 2.2 La intención del Anunciante
- 2.3 Fundamentos estratégicos de la Publicidad
- 2.4 Segmentación
- 2.5 Objetivos Publicitarios

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3: MEDIOS PUBLICITARIOS**

- 3.1 Convencionales (above the line)
- 3.2 No convencionales (below the line)

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4 : EMPRESAS DE SERVICIOS AUXILIARES**

- 4.1 Planificación estratégica de los medios
- 4.2 Comunicación creativa de publicidad

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5 : EL CONSUMIDOR/PERCEPTOR**

- 5.1 La fuerza del Consumidor
- 5.2 La actitud del Consumidor frente a la Publicidad
- 5.3 Cómo captar la atención del público
- 5.4 Métodos
- 5.5 Componer bien los estímulos físicos
- 5.6 Proporcionar información
- 5.7 Sucitar emociones



## **UNIDAD DIDÁCTICA 6 : LA AGENCIA PUBLICITARIA**

- 6.1 Un poco de historia
- 6.2 ¿Qué es una Agencia Publicitaria?
- 6.3 Estructura de una Agencia Publicitaria
- 6.4 Cómo cobran las Agencias Publicitarias
- 6.5 Aspectos a tener en cuenta al seleccionar una Agencia Publicitaria
- 6.6 Escoger la Agencia adecuada
- 6.7 Funciones de la Agencia de Publicidad
- 6.8 Tipos de Agencias Publicitarias
- 6.9 Dimensión Jurídica

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7 : CENTRALES DE MEDIOS**

- 7.1 Concepto
- 7.2 Clases
- 7.3 Organización de las Centrales de Medios