
Para matricularse en el curso IR A MENÚ INICIO - MATRÍCULA

U.D. 1. Introducción a la publicidad

1. Introducción	11
2. Objetivos de la publicidad	11
3. Publicidad en el marketing	13
4. Función comercial de la publicidad	14
5. El ciclo de la comunicación publicitaria	16
6. La empresa y la comunicación	16
7. Comunicación publicitaria	17
8. El mensaje publicitario	18
9. La publicidad en los distintos medios	19
10. Financiación de los medios de comunicación	20
11. Saturación en los medios	21
12. Inversión publicitaria en los medios	22
13. La publicidad según el producto	25
14. Productos de consumo e industriales	26
15. Publicidad de servicios	27
16. Diferentes clases de publicidad	28
Ejercicios	31
Caso práctico	34
Solucionario	37

U.D. 2. Procesos de comunicación

1. El receptor de los mensajes publicitarios	41
2. El público-objetivo	41
3. Esquema de comunicación	42
4. Comportamiento de los consumidores	43
5. Teorías de la comunicación	47
6. Modelos de actuación publicitaria	48
7. Modelos basados en el aprendizaje	49
8. Modelos basados en las motivaciones	52
9. Modelos basados en las actitudes	53
10. La investigación motivacional	54
11. Estudio de las necesidades	55
12. Técnicas de investigación motivacional	58
13. Los medios de la comunicación social	61
14. Consumo de medios	63
Ejercicios	67

Caso práctico	73
Solucionario	75

U.D. 3. Medios de comunicación

1. La prensa	79
2. Diarios	79
3. Revistas	81
4. Valoración publicitaria de las revistas	83
5. La radio	84
6. Indices de audiencia	87
7. El espacio publicitario	90
8. Creatividad en el medio radio	91
9. La televisión	92
10. La televisión como medio publicitario	93
11. Rentabilidad de la televisión	95
12. El cine	95
13. La creatividad en el cine	97
14. La publicidad exterior	98
15. Utilización de la publicidad exterior	99
Ejercicios	101
Caso práctico	107
Solucionario	109

U.D. 4. Otros medios de comunicación

1. Artes gráficas	113
2. Sistemas de impresión	115
3. Realización de un folleto	115
4. Los envases	118
5. Diseño de envases	120
6. El envase y la imagen	122
7. El vídeo	124
8. El vídeo y la publicidad	126
Ejercicios	127
Caso práctico	134
Solucionario	135

U.D. 5. Organización de la actividad publicitaria

1. La agencia de publicidad	141
2. Estructura y funciones de una agencia	141
3. Organigrama funcional de una agencia	144
4. Tipos de agencias de publicidad	147
5. Tendencias actuales de la publicidad	148
6. Las centrales de compra	150
7. Selección de la agencia de publicidad	151
8. Métodos de selección	151
9. Departamento de publicidad en la empresa	154
10. Organización del departamento de publicidad	155
11. Empresas con departamento propio	158
12. El briefing	159
Ejercicios	167
Solucionario	175

U.D. 6. Realización del proceso publicitario

1. Creatividad y procesos creativos	179
2. El marco creativo	180
3. Estrategias creativas	183
4. Estrategias para crear campañas	184
5. La creación de textos publicitarios	186
6. Lenguaje y creatividad	187
7. La labor del redactor en la agencia	188
8. La creación gráfica	192
9. Las leyes de forma	195
10. La ilustración gráfica y la fotografía	197
11. Aplicaciones de la ilustraciones	199
12. La fotografía	200
13. El original gráfico	202
Ejercicios	205
Solucionario	211

U.D. 7. Producción audiovisual y estrategias de comunicación

1. Creatividad y medios audiovisuales	215
2. Los lenguajes publicitarios	216
3. Proceso de realización	220
4. Producción audiovisual	221
5. Realización y producción	222
6. Estrategias de comunicación	225
7. Preparación de las campañas	227
8. Etapas de la comunicación publicitaria	229
9. Estrategias de la publicidad	232
10. Evaluación de las estrategias	235
11. Modelos estratégicos	236
Ejercicios	241
Solucionario	247

U.D. 8. Planificación de medios

1. Planificación de medios	251
2. Criterios de planificación	253
3. Conceptos básicos	255
4. Preparación de los planes de medios	258
5. Intensidad de la distribución	261
6. Modelos para la planificación de medios	264
7. Planificación de una campaña	266
8. Presupuesto publicitario	271
9. Elaboración del presupuesto	274
10. Medida de la eficacia publicitaria	277
Ejercicios	281
Solucionario	289

U.D. 9. Tipos de publicidad

1. La publicidad de marca	293
2. La percepción de la marca	294
3. Teoría de los valores	298
4. La imagen corporativa	300
5. La imagen y el diseño	301

6. La publicidad política	303
7. Desarrollo de una campaña electoral	305
8. La publicidad de productos de consumo	308
9. Técnicas de investigación	309
10. Campaña de publicidad	310
11. Ejemplo de campaña de publicidad	312
Ejercicios	321
Solucionario	329

U.D. 10. Otros tipos de publicidad

1. Publicidad industrial	333
2. Comunicación industrial	336
3. Creatividad y medios	338
4. Servicios	340
5. Clasificación de servicios	342
6. Publicidad de servicios	344
7. Publicidad financiera	347
8. Publicidad de servicios financieros	350
Ejercicios	353
Solucionario	361

U.D. 11. Aspectos económicos y sociales

1. Función económica de la publicidad	365
2. Función social de la publicidad	366
3. Aspectos éticos de la publicidad	368
4. Valoración de la publicidad	370
5. Régimen legal de la publicidad	372
6. La ley general de publicidad	373
7. Los sujetos publicitarios	374
8. La publicidad ilícita	375
9. Autocontrol de la publicidad	379
10. Normas generales de autocontrol de la publicidad	382
Ejercicios	387
Solucionario	393

U.D. 12. Estructura del mercado publicitario

1. Inversión publicitaria en España	397
2. Inversiones en los medios publicitarios	398
3. Los anunciantes	400
4. Desglose de la inversiones en los medios	403
5. La inversión publicitaria en la C.E.E.	406
6. Las marcas	407
7. Ventajas de las marcas	408
8. Estrategia de marca	409
9. Las marcas según los productos	411
Ejercicios	413
Solucionario	419