

devos® | Business
School

Curso Formativo en
Publicidad y
Marketing

PRESENTACIÓN

El **Curso Formativo en Publicidad y Marketing** te prepara para afrontar los nuevos retos comerciales que se presentan en el mercado actual aplicando las técnicas necesarias para la consecución de los objetivos corporativos. Este curso te ayudará a encontrar los métodos más eficientes y adecuados para aprovechar las oportunidades en comunicación, visibilidad, así como en la ampliación hacia nuevos mercados.

Vivimos en un mundo cada vez más globalizado y competitivo, donde las empresas necesitan profesionales y directivos que dispongan de una visión completa que aúne los conceptos de marketing, ventas y publicidad. Necesitan personas capaces de llevar la formulación de estrategias de marketing hasta el cliente final y aporten resultados a las empresas.

El **Curso Formativo en Publicidad y Marketing** describe de forma clara y sencilla los aspectos básicos de estas disciplinas, adentrándose a posteriori, en las herramientas, las técnicas y los conocimientos esenciales para la formulación de estrategias de marketing y el desarrollo exitoso de la actividad comercial.

PLAN DE ESTUDIOS

El programa está estructurado en temas que se pueden cursar en el orden que el alumno prefiera. Para obtener el correspondiente título académico el alumno deberá realizar un Trabajo Final y este deberá ser evaluado positivamente por parte del profesorado.

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PUBLICIDAD

1.- INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD

- 1.1.- QUÉ ES LA PUBLICIDAD
- 1.2.- PUBLICITARIO VS PUBLICISTA
- 1.3.- HISTORIA DE LA PUBLICIDAD
- 1.4.- EL CANAL ORAL
- 1.5.- EL CANAL ESCRITO
- 1.6.- LA LLEGADA DE LA IMPRENTA
- 1.7.- LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL
- 1.8.- EL CARTELISMO
- 1.9.- LOS SIGLOS XIX Y XX
- 1.10.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN
- 1.11.- EVOLUCIÓN DE LA PUBLICIDAD
- 1.12.- DIEZ GRANDES PUBLICITARIOS

2.- FUNDAMENTOS DE LA PUBLICIDAD

- 2.1.- MARKETING Y PUBLICIDAD
- 2.2.- EMISOR
- 2.3.- RECEPTOR
- 2.4.- MENSAJE
- 2.5.- OTROS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN
- 2.6.- FINALIDAD DE LA PUBLICIDAD
- 2.7.- TIPOS DE PUBLICIDAD
- 2.8.- NOMBRE DE MARCA
- 2.9.- IDENTIDAD VISUAL
- 2.10.- IDENTIDAD DE MARCA VS IMAGEN DE MARCA
- 2.11.- PACKAGING
- 2.12.- AGENCIAS PUBLICITARIAS
- 2.13.- TIPOLOGÍAS DE AGENCIAS
- 2.14.- DEPARTAMENTOS DE UNA AGENCIA
- 2.15.- PRESENTACIONES

3.- DESARROLLO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA

- 3.1.- QUÉ ES UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA
- 3.2.- NO PLANIFICAR ES PLANIFICAR EL FRACASO
- 3.3.- ELEMENTOS DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA EFICAZ. EL BRIEFING.
- 3.4.- EJEMPLO DE BRIEFING

- 3.5.- EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
- 3.6.- TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN
- 3.7.- ANÁLISIS DAFO
- 3.8.- OBJETIVOS
- 3.9.- EL MENSAJE
- 3.10.- EL ESLOGAN
- 3.11.- DECÁLOGO CREATIVO DE LUIS BASSAT
- 3.12.- ESTRATEGIA DE MEDIOS
- 3.13.- TELEVISIÓN
- 3.14.- RADIO
- 3.15.- PRENSA
- 3.16.- REVISTAS
- 3.17.- CINE
- 3.18.- PUBLICIDAD EN EXTERIORES

4.- CONSUMIDORES Y PSICOLOGÍA PUBLICITARIA

- 4.1.- EL RECEPTOR EN PUBLICIDAD
- 4.2.- CARACTERÍSTICAS DEL PÚBLICO OBJETIVO
- 4.3.- DECISIÓN DE COMPRA
- 4.4.- TIPOS DE PRODUCTO
- 4.5.- LA PIRÁMIDE DE MASLOW
- 4.6.- CAMINOS CREATIVOS
- 4.7.- TEORÍA DE LA MOTIVACIÓN
- 4.8.- LEGISLACIÓN PUBLICITARIA
- 4.9.- AUTORREGULACIÓN
- 4.10.- CÓDIGO DEONTOLÓGICO

5.- LA NUEVA PUBLICIDAD

- 5.1.- PUBLICIDAD 2.0
- 5.2.- VENTAJAS
- 5.3.- INCONVENIENTES
- 5.4.- POSICIONAMIENTO WEB
- 5.5.- CAMPAÑA EN GOOGLE ADWORDS
- 5.6.- FORMATOS PUBLICITARIOS ONLINE
- 5.7.- VÍDEOS VIRALES
- 5.8.- MEDIOS NO CONVENCIONALES
- 5.9.- CURIOSIDADES Y MITOS PUBLICITARIOS
- 5.10.- EL FUTURO DE LA PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING

1.- MARKETING ESTRATÉGICO

- 1.1.- DEFINICIÓN Y BREVE HISTORIA DEL MARKETING
- 1.2.- LAS VARIABLES DEL MARKETING (LAS 4 P's)
- 1.3.- EL PLAN DE MARKETING Y SUS ETAPAS

2.- MARKETING DIRECTO

- 2.1.- DEFINICIÓN, FUNCIONES Y VENTAJAS DEL MARKETING DIRECTO
- 2.2.- VARIABLES DEL MARKETING DIRECTO
- 2.3.- ESTRATEGIA Y MARKETING DIRECTO
- 2.4.- GENERACIÓN DE LA COMUNICACIÓN MÁS EFICAZ EN CADA MEDIO
- 2.5.- MARKETING DIRECTO POR INTERNET

3.- COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MARKETING

- 3.1.- VEHÍCULOS DE COMUNICACIÓN
- 3.2.- EL PAPEL DE LA PROMOCIÓN EN LAS ACCIONES DE MARKETING INTEGRADAS
- 3.3.- ESTRATEGIAS DE MARKETING INTEGRADAS
- 3.4.- EL DISEÑO DEL PROGRAMA DE ACCIONES DE MARKETING INTEGRADAS (AMI)

4.- LAS PROMOCIONES DE VENTAS

- 4.1.- DEFINICIÓN E IMPORTANCIA
- 4.2.- QUÉ ES MEJOR: ¿HACER PUBLICIDAD O HACER PROMOCIONES?
- 4.3.- LAS PROMOCIONES DIRIGIDAS AL CONSUMIDOR
- 4.4.- LAS PROMOCIONES DIRIGIDAS A LOS COMPONENTES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN
- 4.5.- LAS PROMOCIONES EN TÁNDEM O COOPERACIÓN

5.- ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LAS DECISIONES COMERCIALES

- 5.1.- NATURALEZA Y CLASIFICACIÓN DE LOS COSTES
- 5.2.- MARGEN DE CONTRIBUCIÓN
- 5.3.- PUNTO DE EQUILIBRIO
- 5.4.- COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
- 5.5.- CLASIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

6.- LOS PRECIOS

- 6.1.- INTRODUCCIÓN: EL PRECIO COMO FACTOR BÁSICO DEL MARKETINGMIX
- 6.2.- VARIABLES PARA EL ANÁLISIS DE LAS DECISIONES DE FIJACIÓN DE PRECIOS
- 6.3.- EL TECHO MÍNIMO: ESTRUCTURA DE COSTES DEL PRODUCTO
- 6.4.- EL TECHO MÁXIMO: VALOR PERCIBIDO POR EL CONSUMIDOR
- 6.5.- LA COMPETENCIA
- 6.6.- LAS INFLUENCIAS GUBERNAMENTALES
- 6.7.- OBJETIVOS EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS

6.8.- EL PROCESO DE FIJACIÓN DE PRECIOS

6.9.- EL PROCESO DE COMODITIZACIÓN

7.- ANEXO. EJEMPLO DE PLAN DE MARKETING

¿QUÉ VAS A CONSEGUIR CON ESTE MÁSTER?

IMPULSAR TU CARRERA PROFESIONAL

Adquirirás los conocimientos que necesitas para ser un experto y llegar a lo más alto:

- Refuerza tu CV y conviértete en un profesional más valorado por las mejores empresas.
- Aumenta tu empleabilidad.
- Aprende a innovar en tu trabajo actual.
- Aprende a pensar y hablar como experto en Marketing, Publicidad y Ventas.
- Entiende el ecosistema actual más innovador.
- Complementa tu formación especializada o técnica.

MEJORAR TU EMPRESA

Obtendrás el conocimiento y desarrollarás las habilidades clave para convertir una empresa del montón en una empresa ganadora:

- Definir objetivos.
- Diseñar propuestas de valor para diferenciarte y crecer.
- Aprenderás a innovar en tu modelo de negocio.
- Gestiona mejor tus equipos comerciales.
- Aprenderás a vender más y mejor.
- Entenderás la importancia del Marketing y la Publicidad para cualquier actividad.

MODALIDAD

100 % ONLINE.

Una vez recibida tu matrícula enviaremos a tu correo electrónico las claves para acceder al Campus Virtual, donde encontrarás todo el material de estudio necesario.

Fecha de inicio: a elegir.

Tú decides cuándo empezar, y dónde estudiar.

Duración: 40 horas.

Dispones de 3 meses para finalizar el curso una vez formalizada la matrícula. No obstante, podrás solicitar cuantas prórrogas necesites por diferentes motivos justificados.

TITULACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá la titulación emitida por nuestra **Escuela de Negocios:**

Diploma de **Experto en Publicidad y Marketing**