



DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PUBLICIDAD

INTRODUCCIÓN

La Publicidad en los negocios, es hoy por hoy, una de las herramientas principales de las que se dispone en el marketing empresarial a la hora promocionar un producto o servicio. Una publicidad exitosa debe de conducir al público a demandar un determinado producto o servicio, y si ya son consumidores, a continuar consumiéndolo y a permanecer fiel a la marca comercial.

La publicidad se ha convertido en un sector económico en nuestro país, que mueve miles de millones todos los años, y tiene una gran demanda de puestos de trabajo cualificados. La publicidad se basa en hacer llegar al público un determinado mensaje, ya sea de una empresa, compañía o entidad, con el objetivo de modificar su comportamiento en relación a los productos y servicios que se están publicitando.

Diseñar una campaña publicitaria exitosa no es una tarea fácil, y necesita por lo general de un equipo multidisciplinar de profesionales para realizarla. Es tarea del directivo de publicidad el coordinar estos equipos de trabajo así como el conocer en todas las tareas necesarias para dirigir una determinada campaña.

Es por ello que, independientemente de la fórmula adoptada, las empresas necesitan contar con personas cualificadas que se responsabilicen en estas tareas. Este curso de Dirección y Gestión de Publicidad está pensado y realizado para capacitarte como un profesional experto en el mundo de la Publicidad.

¿A QUIEN VA DIRIGIDO? / REQUISITOS

El curso de Dirección y Gestión de Publicidad de Fomento Profesional se dirige principalmente a titulados universitarios, también es idónea para profesionales que estén en activo en este sector, y deseen mejorar sus expectativas laborales con una formación acorde que les permita mejorar sus competencias y atribuciones laborales.

Todo el temario ha sido elaborado de manera que los alumnos puedan realizar el curso con aprovechamiento y con independencia del nivel de conocimientos previos que puedan tener en las materias tratadas.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Reconocer y analizar las necesidades de publicidad de una organización.
- Estudiar y analizar los resultados proporcionados por la investigación de mercados.
- Estar informado de las nuevas tendencias de la publicidad.
- Gestionar y tomar decisiones relativas al plan de publicidad (costos, objetivos, servicios, medios, proveedores, etc.).
- Encargarse de coordinar el plan de publicidad establecido.
- Dirigir y coordinar la dirección de equipos de trabajo.
- Conocer y coordinar las tareas administrativas.

SALIDAS PROFESIONALES

Los alumnos que hayan superado con éxito todos los módulos estarán en disposición de ejercer la profesión de director y gestor de Publicidad.

Las responsabilidades de un director de publicidad dentro de una empresa dependerá de la dimensión y la importancia de la misma.

Se pueden dar tres casos:

- Empresas grandes en las que existe la figura de director de publicidad.

- Empresas medianas donde existe se nombra a un jefe de publicidad.
- En empresas más pequeñas se puede disponer de un cargo de menor rango (jefe, responsable, coordinador) o ser una más de las tareas de un directivo, del área comercial o de ventas.

CONTENIDO

Los materiales Didácticos que recibirás para realizar el Curso han sido desarrollados por expertos en Formación Abierta, para que desarrolles los conocimientos de los contenidos de los mismos sin necesidad de acudir a clases presenciales, a tu ritmo y desde cualquier lugar, lo que te da la ventaja de conseguir los objetivos que te plantees de acuerdo a tu capacidad y el tiempo del que dispongas.

El curso se divide en 3 módulos, cada módulo dispone de una serie de temas que cuentan con cuestionarios de autoevaluación y/o actividades a través de los cuales el alumnado puede comprobar los resultados de su aprendizaje de acuerdo al avance que va desarrollando en el curso.

Además, cada Módulo cuenta con un examen

Los contenidos se agrupan en los siguientes módulos profesionales:

Módulo 1 - Dirección y Gestión de Empresas

- **Tema 1.** La empresa.
- **Tema 2.** Proceso de Creación de una Empresa.
- **Tema 3.** Organización de la Empresa.
- **Tema 4.** Dirección de la Empresa.
- **Tema 5.** El Liderazgo.
- **Tema 6.** La Toma de Decisiones.
- **Tema 7.** La Resolución de conflictos.
- **Tema 8.** Dirección y conducción de reuniones.
- **Tema 9.** Trabajo en equipo, Comunicación y Delegación.
- **Tema 10.** Gestión de la Empresa.
- **Tema 11.** Planificación y Gestión del Tiempo.
- **Tema 12.** Análisis, Descripción y Valoración de Puestos de Trabajo.
- **Tema 13.** Reclutamiento y Selección de Personal.
- **Tema 14.** La Formación.

- **Tema 15.** PRL. Normativa de Seguridad e Higiene.

Examen de **Evaluación nº 1**

Módulo 2 - Políticas de Marketing

- **Tema 1.** El Marketing y la Actividad Económica.
- **Tema 2.** Política del Producto.
- **Tema 3.** Análisis y Planificación del Producto.
- **Tema 4.** Estrategias de Producto.
- **Tema 5.** Política de Precios.
- **Tema 6.** Política de Distribución.
- **Tema 7.** Costes de Distribución.
- **Tema 8.** Nuevo Desarrollo de la Distribución.
- **Tema 9.** Políticas de Comunicación.
- **Tema 10.** La Publicidad.
- **Tema 11.** La Promoción.
- **Tema 12.** Relaciones Públicas.
- **Tema 13.** El Plan de Marketing.
- **Tema 14.** La Estadística Aplicable a un Plan de Marketing.
- **Tema 15.** El Briefing.
- **Tema 16.** Concepto de Planificación Comercial.
- **Tema 17.** Organización de la Estrategia Comercial.
- **Tema 18.** Programas Informáticos Específicos de Marketing.

Bibliografía

Examen de **Evaluación nº 2**

Módulo 3 - Publicidad

- **Tema 1.** La Publicidad en la Empresa.
- **Tema 2.** La Agencia de Publicidad.
- **Tema 3.** La Eficiencia Publicitaria.
- **Tema 4.** Construcción de una marca.
- **Tema 5.** Creatividad y Diseño Publicitario.
- **Tema 6.** Medios y Soportes Publicitarios.
- **Tema 7.** Estrategias, Planificación y Compra de Medios.
- **Tema 8.** Producción.
- **Tema 9.** Legislación Publicitaria
- **Tema 10.** El Plan de Publicidad.
- **Tema 11.** Eficacia Publicitaria.

Ejemplos Prácticos.

Bibliografía Publicidad.

Examen de **Evaluación nº 3**

.

ACREDITACIÓN Y DIPLOMA

“Dirección y Gestión de Publicidad”