



TÉCNICO EN 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.

El Técnico en Publicidad debe saber informar del producto, sugerir emociones positivas, entretener al público, persuadir al consumo de dicho producto y crear un recuerdo positivo en la mente de los consumidores, de tal manera que la creación publicitaria necesita de unos conocimientos técnicos muy valorados en nuestros días.

UNA PROFESIÓN CON FUTURO

Gracias a la publicidad las empresas dan a conocer los nuevos productos y servicios que salen al mercado resaltando sus mejoras y ventajas competitivas. Se trata de una profesión dinámica y apasionante e influenciada por la constante evolución tecnológica.

EMPRESAS Y MEDIOS NECESITAN PROFESIONALES DE CALIDAD

El trabajo como Técnico Publicista requiere de un conjunto de conocimientos y habilidades profesionales que garanticen el correcto desempeño de su función. Estas habilidades son:

- Correcta redacción y composición de textos y relatos.
- Conocimientos de Artes Gráficas y elaboración de diseños.
- Conocimientos de ilustración.
- Conocer y diferenciar los distintos soportes y medios para la actividad publicitaria.

- Conocimiento de los fundamentos prácticos de la psicología publicitaria.
- Este curso está dirigido a todas aquellas personas interesadas en dedicarse a la Publicidad y comenzar una carrera profesional de futuro en este ámbito.

¿COMO ESTA ESTRUCTURADO EL CURSO?

Este curso de Técnico en Publicidad se compone de una serie de manuales de estudio con numerosos ejemplos, esquemas y resúmenes elaborados para facilitar la tarea de aprendizaje del alumno.

El curso se compone de varios Módulos, en los que el alumno aprenderá:

- Fundamentos de la teoría de la Información y la comunicación.
- Conceptos de producto, envase y la marca comercial.
- Elaboración de textos publicitarios.
- Fundamentos psicológicos de la compra.
- Elaboración gráfica de diseños, esquemas y bocetos.
- Gestión económica de la inversión publicitaria.
- Publicidad directa e indirecta.
- Medios publicitarios. TV, prensa, radio, internet...
- Gestión y administración de una empresa publicitaria.
- El estudio de Mercado y sus utilidades.
- Fundamentos prácticos de psicología publicitaria.
- Conceptos estéticos de la campaña publicitaria. El color, la imagen, el espacio y la duración.
- Conceptos y fundamentos éticos de la actividad publicitaria. El cliente y la competencia.

PROGRAMA DEL CURSO

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.

Módulo 1 - 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
- **Tema 12.** Ejemplos prácticos

Examen de **Evaluación 1**

Módulo 2 - Investigación Comercial y Comunicación

- **Tema 13.** La actividad económica
- **Tema 14.** Los mercados y el comportamiento del consumidor
- **Tema 15.** Determinantes del comportamiento del consumidor
- **Tema 16.** La investigación de mercados
- **Tema 17.** Formatos existentes en las fuentes internas y externas
- **Tema 18.** Los encuestadores
- **Tema 19.** Conceptos aplicables a la investigación comercial
- **Tema 20.** Estadística en la investigación de mercados
- **Tema 21.** El sistema de información de mercados SIM
- **Tema 22.** Utilización de paquetes integrados aplicables al tratamiento estadístico de la información
- **Tema 23.** Comunicación

Examen de **Evaluación 2**

Módulo 3 - Psicología General, Psicología Aplicada y Sociología

- **Tema 24.** Psicología, Sociología y sus campos de ampliación
- **Tema 25.** Los procesos Psíquicos
- **Tema 26.** La Percepción.
- **Tema 27.** La Memoria.
- **Tema 28.** El Aprendizaje.
- **Tema 29.** La Inteligencia

- **Tema 30.** Las Emociones
- **Tema 31.** La Motivación
- **Tema 32.** Temperamento y Carácter
- **Tema 33.** La Personalidad
- **Tema 34.** Procesos Inconscientes
- **Tema 35.** Pensamiento y Lenguaje
- **Tema 36.** La Creatividad
- **Tema 37.** Las Actitudes
- **Tema 38.** Los Grupos y el Liderazgo
- **Tema 39.** El Sistema Social y la Estratificación Social
- **Tema 40.** Cambio Social y Agentes del Cambio Social
- **Tema 41.** Procesos de Socialización
- **Tema 42.** Sociedad Tradicional y Sociedad Tecnológica
- **Tema 43.** Sociedad de Masas.
- **Tema 44.** El Consumidor: Necesidades, Motivaciones, Personalidades e Índices Psicográficos
- **Tema 45.** La Persuasión y el Cambio de Actitud
- **Tema 46.** Procesos y Toma de Decisiones del Consumidor

Examen de **Evaluación 3**

ACREDITACIÓN Y DIPLOMA

“Técnico en Publicidad”