

Publicidad – 2° CURSO

Unidades Temáticas	Capacidades
PUBLICIDAD Y ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	• <u>Conoce sobre la comunicación persuasiva</u> ✓ Comunicación persuasiva ✓ Objetivos. ✓ Características. ✓ Variantes. ✓ Elementos. • <u>Toma conciencia sobre la incidencia de la publicidad en la actualidad</u> ✓ Publicidad. ✓ Orígenes. ✓ Incidencias en la cultura actual. ✓ Técnicas. ✓ Términos publicitarios. ✓ Protagonistas • Analiza los diferentes medios de comunicación. ✓ Historia. ✓ Clases. ✓ Características. ✓ Ventas. • <u>Distingue los instrumentos de la promoción</u> ✓ Estrategias de promoción: Publicidad. ✓ Características de la Promoción de ventas. ✓ Venta personalizada. ✓ Relaciones públicas. ✓ Decisión sobre la mezcla de promoción. • Comprende las teorías de la publicidad ✓ Fundamentación de la publicidad: Teorías – Modelos. Aportaciones de la psicología.

**AGENCIAS DE
PUBLICIDAD
Y PASOS PARA LA
COMUNICACIÓN**

- **Distingue los diferentes anunciantes.**
 - ✓ Tipos.
 - ✓ Conoce las características de los anunciantes.
 - ✓ Relaciones entre medios – anunciantes.
- **Identifica el funcionamiento de las agencias publicitarias.**
 - ✓ Reseña histórica.
 - ✓ Agencia publicitarias.
 - ✓ Áreas externas e internas de servicios.
 - ✓ Clasificación.
- Conoce el proceso de la comunicación.
 - ✓ Proceso de comunicación publicitaria
- Identifica el público meta.
 - ✓ Audiencia meta.
 - ✓ Funciones.
- **Diferencia la selección de los canales de publicidad**
 - ✓ Selección de canales.
 - ✓ Publicidad de imagen.

✚ Las capacidades marcadas en negritas y subrayadas constituyen la base para la promoción en la disciplina

Bibliografía

- **WILLIAM J. STANTON.** Fundamentos de Marketing;; Editorial Mc Graw Hill México, 1993
- **BERNARD DUBOIS.** Comportamiento del consumidor, comprendiendo al consumidor;; Segunda edición
- **P. KOTLER.** Dirección de mercadotecnia.
- **EQUIZÁBAL MAZA, R.** *Historia de la publicidad.* Madrid: Eresma & Celeste, 1998.
- **MEDINA, A.** *Apuntes para una cambio de siglo publicitario.* Madrid: Cinca, 2004.
- **PÉREZ RUIZ, M. A.** *La publicidad en España. Anunciantes, agencias y medios, 1950-1980.* Madrid: Fragua, 2002.
- **PÉREZ RUIZ, M. A.** *La publicidad en España. Anunciantes, agencias y medios, 1850-1950.* Madrid: Fragua, 2001.
- **GARCÍA UCEDA, M.** *Las claves de la publicidad.* Madrid: ESIC, 1999.