

Estrategia Publicitaria

Curso

Objetivos

Conocer y saber utilizar las estrategias y métodos de trabajo más comunes a la hora de diseñar una buena campaña.

Saber cuales son los principales formatos publicitarios.

Utilizar criterios para la elección de estrategias publicitarias.

Aprender a estructurar la información que se maneja en una campaña publicitaria.

Manejar los distintos objetivos publicitarios.

Usar herramientas para analizar la eficacia publicitaria.

Dirigido a

Responsables del departamento de marketing de una empresa o institución y en general, a todas las personas interesadas en conocer como se estructura una campaña publicitaria.

Contenidos

1. ESTUDIO DE POSICIONAMIENTO Y DE LOS CLIENTES POTENCIALES

2. EL DISEÑO DE LA CAMPAÑA

- El Briefing creativo.
- Análisis del mensaje.
- La expresión creativa.

3. PRINCIPALES FORMATOS PUBLICITARIOS

- El slogan.

4. LA INFORMACION EN LA PUBLICIDAD

- El mensaje publicitario.

5. PUBLICIDAD EMOCIONAL, RACIONAL, SUBLIMINAL....

6. CRITERIO PARA LA ELECCION DE ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

7. CICLO DE PLANIFICACION

- Planificación publicitaria.
- Planificación de medios.

8. ANALISIS DE LA EFICACIA PUBLICITARIA