



Curso de Formación Superior en Planificación y gestión de medios publicitarios

En un entorno como el actual, global, competitivo y en constante evolución, la publicidad aparece como una variable clave y fundamental dentro de los planes de cualquier empresa para darse a conocer y destacar ante sus clientes, actuales o potenciales.



La planificación, ejecución y control de una campaña publicitaria es un proceso complejo y delicado que habitualmente recae en agencias especializadas, tanto en la creación del mensaje como en su difusión.

Tanto si se cuenta con un apoyo externo para realizar esta gestión como si no, este curso aportará los criterios básicos y conceptos clave tanto para poder contratar como para controlar la ejecución de una campaña de publicidad.

El principal objetivo del curso de Planificación y Gestión de Medios Publicitarios es dar a conocer, de una manera eminentemente práctica, los conocimientos necesarios para desarrollar un plan publicitario

Requisitos de acceso

- Un nivel de estudios correspondiente al Bachillerato (LOGSE) o equivalente (COU, MP3, FP2).
- Una capacidad profesional adecuada.

Objetivos

- Introducirse en los conceptos básicos de la organización y administración de la empresa.
- Comprender la gestión por procesos.
- Adquirir los conceptos básicos de la función logística y sus objetivos y del marketing, sus objetivos y técnicas y de las políticas de recursos humanos.
- Entender los conceptos de inversión y financiación.
- Conocer el proceso contable.
- Saber registrar la información económico financiera a partir de operaciones de gestión empresarial.
- Conocer los conceptos y procesos básicos de la creación de una campaña publicitaria.
- Identificar y poder comunicarse con los agentes clave que participan en el proceso.
- Tomar decisiones óptimas a la hora de definir y controlar una estrategia de medios.
- Valorar la efectividad de una campaña de publicidad, determinando si se han conseguido los objetivos fijados.

Plan de estudios

Taller virtual

El curso se inicia con un taller virtual de 15 días de duración y que tiene que permitir al estudiante familiarizarse con el campus virtual.

Introducción a las organización de empresas

Nos introduciremos en la empresa, sus objetivos, clasificaciones y organización, dentro de un marco teórico básico.

Analizaremos los tipos de procesos y, concretamente, los procesos logísticos en el ámbito del almacén, la distribución y la producción.

Dedicaremos un módulo al marketing y también nos introduciremos en el campo de las finanzas.

Para acabar, obtendremos una visión general de las principales tendencias y procesos en la gestión de los recursos humanos.

Publicidad y planificación de medios

Este primer bloque se centra en los aspectos introductorios y de carácter más teórico. Antes de abordar los aspectos prácticos de la planificación de medios es imprescindible asimilar algunos de los principales fundamentos de la publicidad como proceso de comunicación, así como el panorama del sector en la actualidad, conociendo y entendiendo el papel de los principales agentes que intervienen a lo largo de todo el proceso publicitario.

Horas lectivas: 260

Metodología: no presencial

Duración: 13,5 meses

Material: papel y web

Diploma de Extensión Universitaria de la UOC en planificación y gestión de medios publicitarios



