

SEMINARIO PROFESIONAL – 24 h.

FORMATO: presencial

ÁREA: comunicación/publicidad

OBJETIVOS

- » Transmitir al colectivo las bases de conocimiento en publicidad, estableciendo un criterio y visión común como principios de gestión en la actividad comercial.
- » Capacitar al colectivo con una cultura publicitaria básica y conocimientos publicitarios claves que les permita, en adelante, resolver con éxito las cuestiones planteadas por sus clientes en el ámbito de la comunicación, los medios y la publicidad que surgen en su trabajo diario.
- » Alcanzar un conocimiento práctico de la realidad publicitaria más competitiva, que les sirva como herramienta para la venta y aprovechamiento de los espacios, tanto off-line como on-line de los productos y servicios de la empresa.

PROGRAMA - FASES

- » Cómo es la publicidad aquí y ahora.
- » El lenguaje publicitario
- » El briefing y el contrabriefing.
- » La marca en publicidad.
- » La estrategia publicitaria.
- » El concepto creativo.
- » La campaña de publicidad.
- » Los formatos.
- » El papel de los medios en publicidad.
- » Terminología básica de medios.
- » Herramientas de medios.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Profesionales que no se dedican a la publicidad y vendedores de publicidad, que busquen conocer los principios elementales de la publicidad.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*