

Plan 302 Lic.Publicidad y R. Públicas

Asignatura 30855 PLANIFICACION DE MEDIOS

Grupo 1

Presentación

Programa Básico

- Conceptos y terminología básica en la planificación de medios
- Principales fuentes de datos: EGM, SOFRES, INFOADEX, OJD...
- Panorama de los medios de comunicación en España. Estructura y características de los medios.
- Centrales de medios y agencias de publicidad. Dptos. Investigación, Planificación y Compra
- El plan de medios I: El briefing
- Análisis de la competencia.
- El plan de medios II: Estrategia
- El plan de medios III: Táctica
- El plan de medios IV: Evaluación y control de la campaña
- Realización y presentación del plan de medios

Objetivos

- Proporcionar al alumno las nociones conceptuales básicas en el área de la planificación de medios.
- Transmitir la metodología necesaria para la realización de planes de medios.

Programa de Teoría

TEMA 1

Conceptos y terminología básica en la planificación de medios. Ejercicios prácticos.

TEMA 2

Repaso de las principales fuentes de datos: EGM, SOFRES, INFOADEX, OJD...

TEMA 3

Panorama de los medios de comunicación en España. Estructura y características de los medios.

TEMA 4

Centrales de medios y agencias de publicidad.

- Dpto. Investigación. Funciones
- Dpto. Planificación. Funciones
- Dpto. Compra. Funciones

TEMA 5

El plan de medios I: El briefing

TEMA 6

Análisis de la competencia.

TEMA 7

El plan de medios II: Estrategia

- Condicionantes
- Objetivos de medios
- Público Objetivo
- Estrategia de medios

TEMA 8

El plan de medios III: Táctica

-
- Selección de soportes
 - Óptico y calendario de la campaña

TEMA 9

El plan de medios IV: Evaluación y control de la campaña

TEMA 10

Realización y presentación del plan de medios

Programa Práctico

Evaluación

- 1ª parte teórica: Examen febrero. 70% de la nota final.
 - 2ª parte práctica: Trabajo en grupo y exposición oral del plan de medios. 30% de la nota siempre y cuando el examen esté aprobado.
-

Bibliografía

- González Lobo, M.A. y Carrero López, E. (1999). Manual de planificación de medios. ESIC, Madrid.
 - Díez de Castro (1993). Planificación publicitaria. Pirámide, Madrid.
 - Pérez-Latre, F.J. (2000). Planificación y gestión de medios publicitarios. Ariel, Barcelona.
-