

Plan 60 Dip. en CC. Empresariales

Asignatura 15276 PUBLICIDAD Y PROMOCION DE VENTAS

Grupo 1

Presentación

Objetivos de la comunicación. Técnicas y áreas integrantes de la política de comunicación.

Programa Básico

Objetivos

Que el alumno comprenda los conceptos y técnicas que configuran la Política de Comunicación en la Empresa. Que el alumno obtenga los conocimientos que le capaciten para la elaboración de las Estrategias de Comunicación. Esta asignatura trata de mostrar de forma sistematizada y desde un punto de vista estratégico los componentes más importantes que configuran la Política de Comunicación. Estudiando los conceptos, técnicas y procedimientos básicos que envuelven la planificación y control de la Publicidad y de la Promoción de Ventas.

Programa de Teoría

Tema 1. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

- 1.1. El proceso de comunicación
- 1.2. La comunicación comercial
- 1.3. La estrategia de comunicación comercial
- 1.4. La comunicación interna

TEMA 2. LA PUBLICIDAD

- 2.1. Las funciones de la publicidad
- 2.2. Los objetivos de la publicidad
- 2.3. El sector publicitario
- 2.4. La legislación publicitaria

TEMA 3. LA ESTRATEGIA PUBLICITARIA

- 3.1. El mensaje publicitario. El concepto de creatividad
- 3.2. La estrategia de mensaje
- 3.3. La estrategia de medios
- 3.4. La investigación publicitaria. Pretest y posttest

TEMA 4. LA PROMOCIÓN DE VENTAS

- 4.1. El concepto de promoción de ventas
- 4.2. Objetivos y tipos de la promoción de ventas
- 4.3. Estrategia y planificación de la promoción de ventas
- 4.4. Investigación de la promoción de ventas. Pretest y posttest

TEMA 5. OTROS INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN COMERCIAL

- 5.1. Las relaciones públicas
- 5.2. El marketing directo

5.3. Marketing en internet

5.4. Investigación de los instrumentos de comunicación

Programa Práctico

Evaluación

La calificación se obtendrá a partir del examen final, así como una evaluación continua mediante trabajos prácticos durante el curso.

Bibliografía
