PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET

SKU: EVOL-3339-VNO-A | **Categorías:** COMERCIO Y MARKETING, Marketing, Publicidad y Comunicación

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	75
Acreditado por Universidad	SI
Créditos ECTS	3

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

- Interpretar la normativa vigente y código deontológico en materia de publicidad y derecho a la información de los consumidores argumentando la importancia de su cumplimiento.
- Seleccionar la combinación óptima de un plan de medios a partir de la información y cuadro de mandos disponible y de acuerdo a los objetivos establecidos.
- Analizar datos y variables de fientes de información de medios fiables u oficiales para la elaboración de un plan de medios en Televisión, radio, revistas, internet u otros.
- Determinar los elementos críticos que intervienen en la realización del cursaje de emisión de acciones incluidas en un plan de medios establecido

Contenidos

UD1. Regulación y códigos deontológicos en publicidad.

1.1. Normativa en materia de publicidad y derechos del consumidor.
1.2. Diferenciación de conceptos clave.
1.3. Regulación publicitaria en Internet.
1.4. Códigos deontológicos en el sector.

UD2. Diseño del plan de medios y soportes publicitarios.

2.1. Plan de medios.
2.2. Medios, formas y soportes de publicidad y comunicación.
2.3. Modelos de planes de medios.
2.4. Criterios de elección de medios y soportes.
2.5. Formas específicas de publicidad en Internet.

UD3. Ejecución y contratación del plan de medios.

3.1. Calendario de inserciones publicitarias.
3.2. Presupuesto del plan de medios.
3.3. Ejecución del plan de medios.
3.4. Contratación de inserciones y desarrollo de campañas publicitarias.
3.5. Cursaje de emisión.