



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso Experto en Creatividad Publicitaria

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Curso Experto en Creatividad Publicitaria

duración total: 650 horas

horas teleformación: 325 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Gracias a este Experto en Creatividad Publicitaria abordarás de manera exhaustiva todos los aspectos clave para sobresalir en el mundo de la comunicación comercial y la publicidad. Desde los fundamentos de la comunicación hasta las técnicas creativas más avanzadas, el programa te sumerge en el universo de la publicidad, brindándote las habilidades necesarias para destacar en la industria. Explora estrategias publicitarias, branding, marketing digital y herramientas de comunicación online, junto con el innovador enfoque de Design Thinking, que te ayudará a sobresalir en un entorno publicitario competitivo y en constante evolución. Prepárate para desencadenar tu creatividad y prosperar en la dinámica esfera de la publicidad.



+ Información Gratis

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Dominar los principios fundamentales de la comunicación comercial y la publicidad.
- Comprender el proceso completo de creación y difusión de anuncios publicitarios.
- Analizar y aplicar diversas técnicas de comunicación publicitaria para lograr impacto.
- Identificar el papel esencial de la creatividad en la publicidad y cómo aplicarla en distintos medios.
- Explorar la estructura y el funcionamiento de las agencias de publicidad.
- Familiarizarse con estrategias de marketing digital y comunicación en redes sociales.
- Adquirir una comprensión profunda de la metodología de Design Thinking para la innovación en publicidad

para qué te prepara

Con este Experto en Creatividad Publicitaria podrás convertirte en un profesional versátil en publicidad y creatividad, capaz de desarrollar estrategias comunicativas efectivas en una amplia variedad de medios y plataformas. Aprenderás a conceptualizar y crear campañas publicitarias impactantes, entender las dinámicas del mercado, aplicar técnicas de branding en línea y offline y utilizar la metodología de Design Thinking.

salidas laborales

Las salidas profesionales del Experto en Creatividad Publicitaria son especialista en publicidad, estrategia de marketing, creativo publicitario, planificador de medios, gestor de redes sociales o incluso emprender tu propia agencia publicitaria. También te permitirán destacar en empresas, agencias de publicidad, medios de comunicación y proyectos independientes

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello

NOMBRE DEL ALUMNO/A



forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Creatividad en la Publicidad'
- Manual teórico 'Publicidad y Marketing'
- Manual teórico 'Comunicación y Publicidad'

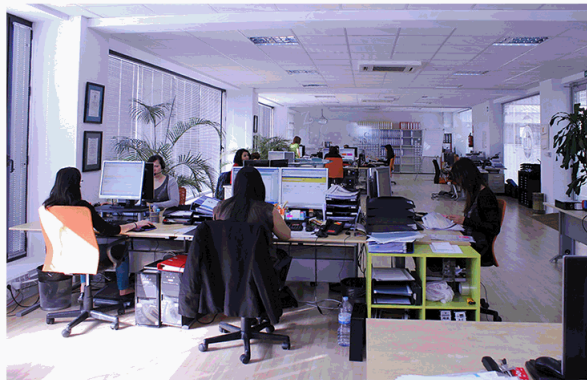


profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.
- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.
- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

MÓDULO 1. PUBLICIDAD Y MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

- 1.La comunicación Comercial
- 2.El mix de comunicación comercial
- 3.La comunicación global de la empresa: Identidad e imagen corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD

- 1.Definición de Publicidad
- 2.Procesos de Comunicación Publicitaria
- 3.Técnicas de Comunicación Publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA EMPRESA ANUNCIANTE. EL EMISOR

- 1.Necesidad del Departamento de Publicidad de la Empresa
- 2.Funciones del Departamento de Publicidad
- 3.Determinación del presupuesto publicitario
- 4.La selección de la empresa de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AGENCIA PUBLICITARIA EL EMISOR TÉCNICO

- 1.La agencia de Publicidad
- 2.Organigrama de una Agencia Publicitaria
- 3.Clasificación de las Agencias
- 4.El Fundamento económico y las relaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

- 1.Concepto y Clasificación
- 2.Medios Publicitarios
- 3.Internet y la Publicidad
- 4.Animación y Marketing
- 5.Telemarketing
- 6.Estrategias Publicitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PLATAFORMA COMERCIAL

- 1.Introducción
- 2.El Cliente actual
- 3.El Cliente Potencial
- 4.Plataforma Comercial de Mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y EL MARKETING

- 1.Componentes de un Sistema de Información de Marketing
- 2.Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercado
- 3 Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercado

MÓDULO 2. COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DIGITAL

- 1.Concepto y clasificación
- 2.La comunicación comercial
- 3.Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
- 4.El comportamiento de los usuarios de Internet
- 5.La información y sus requisitos
- 6.Marketing e Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN ONLINE

- 1.La Web
- 2.Los blogs como medio de comunicación
- 3.Formularios de contacto
- 4.Marcadores sociales

- 5.Aplicaciones en línea
- 6.Servicios de alojamiento: fotografías, vídeos y audio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BRANDING. LA MARCA EN INTERNET

- 1.Publicidad en social media
- 2.La marca y el branding
- 3.El storytelling
- 4.Más allá de la difusión de la marca: el mobile marketing y otras técnicas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMUNICACIÓN Y ESTRATEGIA EN LAS REDES SOCIALES

- 1.Visibilidad e imagen de la empresa en la red
- 2.¿Qué vamos a comunicar?
- 3.Importancia y repercusión de las redes sociales
- 4.Por dónde comunicamos Tipos de redes sociales
- 5.Desventajas de las redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA PUBLICIDAD COMO ELEMENTO DE COMUNICACIÓN

- 1.¿Qué es la publicidad?
- 2.Elementos de la comunicación publicitaria
- 3.Técnicas de comunicación publicitaria
- 4.El Departamento de Publicidad en la empresa
- 5.Las Agencias de publicidad como emisor técnico
- 6.El canal de la comunicación: Medios publicitarios ATL (Above The Line)
- 7.El receptor de publicidad: el mercado y los consumidores
- 8.Estrategias publicitarias y de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA CREATIVIDAD EN LA PUBLICIDAD

- 1.¿Qué es la creatividad?
- 2.Los encargados de la creatividad en las empresas
- 3.El briefing creativo
- 4.La creatividad en el medio digital
- 5.La técnica del Copywriting
- 6.Formatos y técnicas para aplicar la creatividad
- 7.El packaging como elemento creativo
- 8.El Portafolio

MÓDULO 3. DESIGN THINKING: CREATIVIDAD PARA INNOVAR

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA INNOVACIÓN COMO NECESIDAD EN LAS EMPRESAS

- 1.Generando ideas disruptivas
- 2.Ingredientes de la creatividad
- 3.Descubre el tipo de creatividad que te caracteriza
- 4.Desarrolla tus habilidades creativas al máximo nivel

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APRENDE A GENERAR SOLUCIONES INNOVADORAS CON LA METODOLOGÍA DESIGN THINKING

- 1.El Design Thinking: la herramienta de innovación centrada en las personas
- 2.Cómo puede ayudarte el Design Thinking a romper con lo cotidiano
- 3.¿Cómo aplicar el Design Thinking desde cero?
- 4.Casos de éxito a través de Design Thinking

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS 5 FASES DEL PROCESO DE DESIGN THINKING

- 1.Empatizar
- 2.Definir
- 3.Idear
- 4.Prototipar
- 5.Validar

MÓDULO 4. CREATIVIDAD EN LA PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

- 1.¿Qué es la creatividad?
- 2.Estudio de la creatividad
- 3.Investigaciones en torno a la creatividad
- 4.Importancia de la motivación en la creatividad

UNIDAD CREATIVIDAD PUBLICITARIA

- 1.Creatividad en agencias de publicidad
- 2.El departamento creativo
- 3.Estrategia publicitaria y estrategia creativa
- 4.Beneficios de la creatividad en publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE CREATIVAS

- 1.El brainstorming
- 2.GoogleStorming
- 3.Cuestionario o listado de preguntas
- 4.Método SCAMPER
- 5.Lista de atributos
- 6.Mapas mentales
- 7.Análisis metamórfico
- 8.Técnica
- 9.Técnica xx
- 10.Problem solving
- 11.Sinéctica
- 12.Pensamiento lateral

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ETAPAS DEL PROCESO CREATIVO

- 1.Identificación
- 2.Preparación
- 3.Incubación
- 4.Iluminación
- 5.Evaluación
- 6.Implementación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA CREATIVIDAD EN LOS MEDIOS

- 1.Creatividad en medios convencionales
- 2.Creatividad en medios no convencionales