



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## ***Curso Superior en Planificación de Medios Publicitarios***

**+ Información Gratis**

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

# Curso Superior en Planificación de Medios Publicitarios

**duración total:** 180 horas

**horas teleformación:** 90 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## descripción

A lo largo de la historia, la publicidad ha ido adaptándose a las necesidades y medios disponibles. Actualmente, en un mercado tan competitivo, la creatividad, y por tanto, el diferenciarse de la competencia resulta necesario e imprescindible para el crecimiento de la marca y/o empresa. El usuario debido a la gran cantidad de publicidad que recibe, se encuentra en un periodo de saturación publicitaria, por lo que se considera fundamental conocer las necesidades de nuestro público objetivo, con el fin de realizar una estrategia publicitaria eficaz y eficiente que logre captar la atención del mismo. Para ello, resulta imprescindible la adquisición de los conocimientos y destrezas necesarias para poder realizar una correcta planificación de los medios publicitarios.



## *a quién va dirigido*

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

## *objetivos*

Adquirir los conocimientos, capacidades y destrezas necesarias para poder realizar eficientemente una planificación de medios publicitarios.

Conocer las principales herramientas de investigación y análisis de datos, que te permita orientar todos tus anuncios a un público muy segmentado.

Analizar los diferentes tipos de publicidad existentes, permitiendo seleccionar el soporte adecuado para tu marca o empresa.

Rentabilizar la inversión destinada en los medios digitales.

Conocer los sistemas de negociación existentes en la compra de medios.

Dotar de creatividad a la publicidad y a la gestión de contenidos.

Realizar una planificación estratégica integrada.

## *para qué te prepara*

El Máster en Planificación de Medios Publicitarios te prepara para desenvolverte de manera profesional en el ámbito de la planificación Publicitaria. Este master te dará una amplia visión de la planificación integral de medios on y off line, que permitirá definir las plataformas de forma eficiente para promocionar tu marca, producto o servicio. Podrás ofrecer un servicio de medios y soportes a medida: desde la investigación, medición, creación de estrategias, hasta la negociación y compra de medios y soportes.

## *salidas laborales*

Con la realización del Máster en Planificación de Medios Publicitarios tendrás acceso al mercado laboral para desarrollar actividades tales como: Gestor de Agencias de Publicidad, Responsable antes las operaciones en la compra y venta de medios publicitarios, investigador de audiencias personalizadas o director de cuentas publicitarias.

## 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 'Planificación y Gestión de Medios Publicitarios'
- Manual teórico 'SEM-Google Ads'
- Manual teórico 'Marketing Estratégico'



## 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**

## **MODULO 1. MARKETING ESTRATÉGICO**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ESTRATÉGICO**

1. Procesos de planificación estratégica
2. El papel del marketing en la empresa
3. Análisis de situación y estrategias de marketing
4. La orientación al cliente

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS**

1. Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales
3. Las estrategias de cobertura del mercado
4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA**

1. Introducción
2. El análisis de la demanda Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
3. Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
4. Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca
5. Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPONENTES DEL CONSUMIDOR**

1. Factores de influencia en el comportamiento del consumidor
2. El proceso de la cultura
3. Semejanzas y diferencias de los valores culturales
4. Factores sociológicos de consumo
5. El proceso de decisión del consumidor

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO**

1. Conceptualización del posicionamiento en el mercado
2. Elementos del posicionamiento
3. Estrategias de posicionamiento
4. Fases y mapas de posicionamiento

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. REPUTACIÓN CORPORATIVA Y BRANDING**

1. Personalidad y estructura de marca
2. Brand equity o el valor de marca
3. Marcas corporativas y marcas producto
4. La imagen como comunicadora
5. Reputación corporativa

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING**

1. Plan de marketing: concepto, utilidad y horizonte temporal
2. El diseño del plan de marketing: principales etapas
3. La ejecución y control del plan de marketing Tipos de control
4. Desarrollo del plan de marketing

## **MODULO 2. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS**

1. Estrategias Publicitarias
2. La estrategia creativa
3. Estrategia de medios

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A LA PLANIFICACIÓN PUBLICITARIA**

1. La Planificación de Medios en España
2. Una historia de sólo 40 años
3. Complejidad en la Planificación de medios



- 4.Relación entre la planificación de medios y el marketing
- 5.Razones de la importancia actual de la planificación de medios
- 6.La planificación de medios hoy
- 7.Conocimientos y actitud del planificador de medios

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIAS**

- 1.La observación científica
- 2.La entrevista en profundidad
- 3.Grupos de discusión
- 4.Encuestas y paneles
- 5.Universos y muestras
- 6.El trabajo de campo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. LOS CUATRO PARÁMETROS DE LA PLANIFICACIÓN**

- 1.El producto/marca
- 2.El mercado
- 3.La publicidad
- 4.Los medios

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS MEDIOS PUBLICITARIOS**

- 1.Definición y clasificación de los medios publicitarios
- 2.Características de los medios
- 3.Tratamiento publicitario de los medios
- 4.Principales tendencias

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL DEPARTAMENTO DE MEDIOS**

- 1.Estructura y funciones del departamento de medios
- 2.Relaciones de las agencias de medios con los actores del mercado publicitario
- 3.Perfiles profesionales en la planificación de medios
- 4.Principales agencias de medios en España

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA NEGOCIACIÓN Y LA COMPRA DE MEDIOS**

- 1.Negociación en general
- 2.Negociación de medios
- 3.Qué se negocia en cada medio
- 4.La compra de medios
- 5.Características de la compra de medios en cada medio

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. CONTRATACIÓN DE INSERCIONES Y DESARROLLO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS**

- 1.El contrato de Publicidad
- 2.El contrato de difusión publicitaria
- 3.El contrato de creación publicitaria
- 4.El contrato de patrocinio
- 5.La contratación "online"
- 6.Facturación

### **MODULO 3. SEM- GOOGLE ADS**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN**

- 1.Ventajas de la publicidad online
- 2.¿Qué es Google Ads?
- 3.Fundamentos de Google Ads
- 4.Crear una cuenta en Google Ads
- 5.Campañas, grupos de anuncios y palabras clave
- 6.Planificador de palabras clave

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. PUBLICIDAD EN BÚSQUEDAS**

- 1.Funcionamiento
- 2.Configuración campaña
- 3.Anuncios

- 4.Pujas y presupuestos
- 5.Administración, medición y supervisión de campañas
- 6.Optimización

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. PUBLICIDAD EN DISPLAY**

- 1.Introducción
- 2.Configuración campaña
- 3.Anuncios
- 4.Audiencias, segmentación y remarketing
- 5.Medición y optimización

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. PUBLICIDAD PARA MÓVILES**

- 1.Ventajas de la publicidad mobile
- 2.Pujas y segmentación
- 3.Anuncios
- 4.Medición

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. PUBLICIDAD EN SHOPPING**

- 1.Google Merchant Center
- 2.Campañas de shopping

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS DE COPYWRITING APLICADAS A CAMPAÑAS CON GOOGLE ADS**

- 1.Copywriting y Google Ads
- 2.Copywriting en publicidad de búsquedas
- 3.Copywriting en publicidad display
- 4.Copywriting en publicidad para móviles
- 5.Copywriting en publicidad shopping