



PUBLICIDAD



Titulación

ADMINISTRACIÓN, DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

CONTENIDO TEMÁTICO

OBJETIVO

El participante desarrollará habilidades y técnicas para la implementación de estrategias publicitarias integrales, utilizando enfoques contemporáneos de la mercadotecnia, la comunicación y el diseño.

DIRIGIDO A

Profesionistas del área de mercadotecnia, comunicación, DCV, diseño gráfico y afines.

DURACIÓN

240 horas

Módulo I. Conceptos generales de marketing y publicidad

- 1.1 La mercadotecnia y el marketing mix
- 1.2 El plan de mercadotecnia
- 1.3 Definición de la publicidad
- 1.4 El medio ambiente de la publicidad
- 1.5 Tipos de publicidad
- 1.6 Las audiencias para la publicidad
- 1.7 El alcance y la estructura de la industria publicitaria
- 1.8 La agencia de publicidad y sus tipos
- 1.9 La campaña de publicidad

Módulo II. Comportamiento del consumidor

- 2.1 Conociendo al cliente
- 2.2 *Neuromarketing*
- 2.3 Segmentación del mercado
- 2.4 El *insight* y el consumidor
- 2.5 Personalidad y estilos de vida
- 2.6 Proceso de la toma de decisiones

- 2.7 Influencias sociales
- 2.8 Variables socioeconómicas
- 2.9 Influencias culturales sobre el comportamiento del consumidor
- 2.10 Tecnología persuasiva

Módulo III. El *planning*

- 3.1 Qué es la planeación y su importancia
- 3.2 El *brief* publicitario
- 3.3 Elaboración de una estrategia de medios
- 3.4 Pauta y presupuesto
- 3.5 *Tracking*, control y evaluación

Módulo IV. Creatividad publicitaria

- 4.1 La creatividad, publicidad y marca
- 4.2 Conceptualización
- 4.3 *Insights*, el conocimiento como estrategia de marca
- 4.4 Redacción publicitaria
- 4.5 Producción y ejecución de campaña
- 4.6 Producción

DIPLOMADO
EN LÍNEA

Módulo V. La estrategia de medios

- 5.1 Participantes y tendencias
- 5.2 Análisis del *brief*
- 5.3 Dirección de arte y producción de medios impresos, televisivos, digitales y radio
- 5.4 Campañas ATL
- 5.5 Campañas BTL y TTL
- 5.6 Métodos de optimización y manejo de información
- 5.7 Negociación, monitoreo y medición

Módulo VI. Marketing digital

- 6.1 Fundamentos de marketing digital
- 6.2 Tácticas digitales
- 6.3 *Content marketing*
- 6.4 Analítica digital

RESPONSABLE ACADÉMICO

Mtro. Luis Roberto Guanes García


REQUISITOS

- Llenar formato de registro
- Constancia de estudios o título
- Carta motivos
- CV con fotografía
- Pago

INVERSIÓN

Pago único	Pago diferido
\$20,670.00	\$22,965.00

Módulo	Horas	Parcialidades
1-2	80	\$7,655.00
3-4	80	\$7,655.00
5-6	80	\$7,655.00
total	240	\$22,965.00

 Solicita la ficha de depósito para concretar el pago. Lo puedes realizar desde BBVA en ventanillas, practicas o la APP (pago de servicios).

