

Curso Universitario Planificación de Medios Publicitarios





Curso Universitario Planificación de Medios Publicitarios

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 semanas**
- » Titulación: **TECH Universidad FUNDEPOS**
- » Acreditación: **6 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/curso-universitario/planificacion-medios-publicitarios

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estructura y contenido

pág. 12

04

Metodología de estudio

pág. 16

05

Titulación

pág. 26

01

Presentación

Saber realizar una adecuada Planificación de Medios Publicitarios permitirá a los profesionales del periodismo acceder a los emplazamientos que más visualizaciones consiguen al coste más competitivo del mercado. Pero, para ello, es preciso llevar a cabo una adecuada estrategia comunicativa, que incluya el estudio de la audiencia para determinar los soportes que más impacto tienen en el público objetivo de la compañía. Gracias a este programa de TECH, el alumno adquirirá la especialización necesaria que le permita manejarse con éxito en este campo.



“

Conviértete en un experto en la compra y gestión de Medios Publicitarios y accede a los soportes más competitivos”

El Curso Universitario en Planificación de Medios Publicitarios ofrece al estudiante una percepción muy cercana y transparente sobre cómo se debe ejecutar un plan de medios adecuado a los objetivos de la empresa, que permita llegar a la audiencia deseada y, por tanto, obtener unos altos índices de visualización y consumo.

Para ello, el temario incluye los aspectos más relevantes y novedosos en la materia, que van desde el conocimiento del público, hasta los canales publicitarios más tradicionales, pero también los más novedosos, que han surgido con el avance de las nuevas tecnologías y la aparición de las redes sociales. Así mismo, se dan las claves para diseñar las estrategias comunicativas más adecuadas para el sector en el que se trabaje.

Así, a lo largo de este programa se muestra un panorama real de trabajo para poder valorar la conveniencia de su aplicación en el proyecto de la empresa, valorando sus indicaciones reales, su manera de desarrollo y las expectativas que pueden tener con respecto a los resultados. Un repaso completo y concreto que habilitará a los alumnos para ejercer en cualquiera de estas labores relacionadas con la Planificación de Medios Publicitarios con solvencia y seguridad.

Un programa 100% online que ofrecerá a los periodistas y comunicadores una oportunidad única para aumentar su capacitación en este campo directamente desde casa, sin necesidad de realizar incómodos traslados hacia un centro físico. Todo ello, acompañado por la metodología didáctica más novedosa del mercado, lo que facilitará su estudio y les permitirá realizar actividades interactivas de gran valor para su aprendizaje.

Este **Curso Universitario en Planificación de Medios Publicitarios** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El uso de la última tecnología en software de enseñanza online
- ♦ El sistema docente, intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión
- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo
- ♦ Los sistemas de vídeo interactivo de última generación
- ♦ La enseñanza apoyada en la telepráctica
- ♦ Los sistemas de actualización y reciclaje permanente
- ♦ El aprendizaje autorregulable, lo que favorece la total compatibilidad con otras ocupaciones
- ♦ Los ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje
- ♦ Los grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento
- ♦ La comunicación con el equipo docente y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- ♦ Los bancos de documentación complementaria disponibles permanentemente



Conocer los principales soportes publicitarios te permitirá elegir los más adecuados para las necesidades de tu empresa”

“

Un programa de primer nivel que te enseñará a seleccionar los Medios Publicitarios más acordes a las necesidades de tu empresa”

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

TECH es una universidad del siglo XXI que apuesta por la enseñanza online como principal método de aprendizaje.

El formato online de este programa te permitirá estudiar a tu ritmo, sin necesidad de realizar traslados innecesarios a un centro físico.



02 Objetivos

Este programa académico de TECH, dirigido específicamente a periodistas y comunicadores, cuenta con el objetivo principal de ofrecer a los alumnos los conocimientos necesarios para que sean capaces de implantar las estrategias precisas que les permita planificar, de manera adecuada, los Medios Publicitarios en los que publicar sus campañas y lograr los fines de su compañía. De esta manera, estarán cualificados para implantar sus proyectos publicitarios en un mercado altamente competitivo.



“

Desarrolla las habilidades precisas para la adecuada Planificación de Medios Publicitarios y logra que los productos de tu empresa sean conocidos y consumidos por el público”



Objetivo general

- ♦ Adquirir los conocimientos necesarios para realizar una adecuada comunicación publicitaria utilizando las herramientas más avanzadas para la planificación de medios

“

Una vía de aprendizaje que te impulsará hacia una mayor competitividad en el mercado laboral”





Objetivos específicos

- ♦ Saber aplicar las variables de análisis en la Planificación de Medios Publicitarios
- ♦ Realizar un plan de medios para una agencia de publicidad o una central de medios
- ♦ Saber gestionar la compra de medios y soportes publicitarios



03

Estructura y contenido

La estructura de este Curso Universitario ha sido diseñada pensando en las necesidades de especialización de los periodistas en el campo de la Planificación de Medios Publicitarios. De esta manera, el temario incluye desde las estrategias de comunicación, hasta la planificación publicitaria, los medios convencionales o la audiencia. Un completísimo temario gracias al cual el alumno podrá obtener una visión general sobre el sector que le permitirá desarrollarse profesionalmente con éxito en este campo.





“

Una adecuada planificación publicitaria te permitirá llegar al público de manera efectiva”

Módulo 1. Planificación de Medios Publicitarios

- 1.1. Érase una vez la estrategia
 - 1.1.1. Historia de la estrategia
 - 1.1.2. Aplicación de la estrategia a otras disciplinas sociales
 - 1.1.3. Reconocimiento científico de la estrategia
- 1.2. El pensamiento estratégico
 - 1.2.1. Dimensión estratégica
 - 1.2.2. ¿Qué es un plan estratégico?
 - 1.2.3. Estructura
- 1.3. Comunicación estratégica vs. Clases de estrategias
 - 1.3.1. Rasgos de la comunicación estratégica
 - 1.3.2. Estrategias de comunicación
 - 1.3.3. Clases de estrategias
- 1.4. Ejecución del proceso de planificación publicitaria
 - 1.4.1. Historia de la planificación publicitaria
 - 1.4.2. ¿Qué hace un *Planner*?
 - 1.4.3. El *planner* en el proceso de trabajo de la agencia
 - 1.4.4. Dirección y planificación de cuentas
- 1.5. Modelo general del desarrollo de trabajo
 - 1.5.1. Orden del anunciante
 - 1.5.2. Proceso estratégico
 - 1.5.3. Consultoría estratégica
- 1.6. Medios convencionales
 - 1.6.1. Transición a entornos sociales
 - 1.6.2. Medios híbridos
 - 1.6.3. Internet
 - 1.6.4. Caso Orbyt





- 1.7. Planificación en medios digitales
 - 1.7.1. Momento de la decisión de compra
 - 1.7.2. Posicionamiento web
 - 1.7.3. Formatos
 - 1.7.4. Estrategias de marcas
 - 1.7.5. Medición
 - 1.7.6. Comercio electrónico y social
- 1.8. Plan estratégico en 7 pasos
 - 1.8.1. Análisis de la marca
 - 1.8.2. Identificar el *Target*
 - 1.8.3. Definir objetivos
 - 1.8.4. Identificar la propuesta de valor diferencial de la marca
 - 1.8.5. Elegir canales de comunicación
 - 1.8.6. Crear el calendario de la campaña
 - 1.8.7. Análisis y medición de resultados
- 1.9. Futuro de la planificación
 - 1.9.1. Pasado
 - 1.9.2. Presente
 - 1.9.3. Futuro
- 1.10. Audiencia
 - 1.10.1. Rangos horarios de audiencia en TV
 - 1.10.2. *Prime Time* en TV
 - 1.10.3. GPRS

“ *Un completísimo recorrido académico por los principales conceptos y estrategias para la Planificación de Medios Publicitarios*”

04

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



05

Titulación

El Curso Universitario en Planificación de Medios Publicitarios garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Curso Universitario, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

El programa del **Curso Universitario en Planificación de Medios Publicitarios** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad FUNDEPOS garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

Título: **Curso Universitario en Planificación de Medios Publicitarios**

Modalidad: **online**

Duración: **6 semanas**

Acreditación: **6 ECTS**



*Apostilla de la Haya. En caso de que el alumno solicite que su diploma de TECH Global University recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad FUNDEPOS realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Curso Universitario Planificación de Medios Publicitarios

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 semanas
- » Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS
- » Acreditación: 6 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Curso Universitario

Planificación de Medios Publicitarios

