

COMM0132_Publicidad eficaz en comercio



Sku: PC939

Horas: 30

Formato: HTML

OBJETIVOS

Desarrollar campañas publicitarias optimizadas, aplicando medios tradicionales y digitales y asegurando el cumplimiento de los aspectos legales relacionados.

CONTENIDOS

Fundamentos y tendencias de la publicidad.

Para comenzar.

Bienvenida y punto de partida de la unidad. En esta lección verás, de forma clara y aplicable, qué entendemos por publicidad en comercio, cómo se conecta con el marketing y por qué el viaje del cliente es tu brújula para decidir qué decir, dónde y con qué objetivo.

También conocerás tendencias que ya afectan a negocios de todos los tamaños y harás un mini-aterrizaje práctico para salir con una idea lista para probar. El objetivo no es saberlo todo hoy, sino encender la curiosidad y prepararte para profundizar en las siguientes lecciones.

Fundamentos de la publicidad.

En esta lección dominarás los pilares que hacen que la publicidad funcione en comercio: qué es y qué no es, cómo se arma un mensaje persuasivo con promesa, beneficio y razones para creer, cómo encaja en el sistema emisor– mensaje–canal–receptor y cómo acompañar el viaje del cliente con AIDA sin sacrificar ética ni claridad.

También aprenderás a segmentar con criterio, definir propuesta de valor y posicionamiento, elegir canales y formatos según objetivo, planificar una campaña con metas y métricas realistas, y medir para aprender con pruebas A/B. Cerrarás con mini casos, plantillas y checklists aplicables hoy mismo.

Historia y evolución de la publicidad.

En esta lección recorrerás la historia de la publicidad desde sus orígenes pre-masivos hasta el entorno digital y móvil actual, con foco en lo que cambió (canales, tecnologías, medición) y lo que permanece (promesa clara, prueba, contexto y aprendizaje a partir de datos). Comprenderás cómo cada salto técnico —impresión, radio, TV, web, programática— aportó nuevas posibilidades creativas y métricas, y cómo la ola de privacidad redefine la segmentación y la atribución.

El objetivo es que puedas mirar atrás para decidir mejor hoy: elegir formatos con intención, escribir mensajes alineados a cada medio, medir lo que importa y adaptar tu práctica a un mundo con menos rastreo entre sitios, más datos de primera parte y mayor exigencia ética. Cerrarás con patrones duraderos, un caso práctico transversal y ejercicios de consolidación.

Tipos y formatos publicitarios.

En esta lección recorrerás los tipos y formatos publicitarios que mejor funcionan en comercio, con una brújula práctica: objetivo primero, formato después. Aprenderás qué usar para reconocimiento, consideración, conversión y lealtad; cómo adaptar una misma idea a distintos medios (digitales y tradicionales); qué métricas importan por formato; y qué errores evitar para no desperdiciar presupuesto.

Incluye guías exprés, ejemplos aplicados, plantillas listas para copiar y actividades para consolidar: ejercicios de práctica el marco CLARO (Claro, Largo adecuado, Acción, Razón para creer, Originalidad).

Tendencias actuales y ecologismo.

En esta lección conectas lo más nuevo de la práctica publicitaria con decisiones útiles para tu comercio. Recorreremos las tendencias que importan en 2025 (creadores, retail media, video corto, mensajería, CTV/OTT, privacidad, calidad de medios, inclusión, local-first y sostenibilidad) y las bajamos a guías claras de producción, compra de medios y medición.

También aprenderás a comunicar beneficios ambientales sin caer en greenwashing: cómo formular claims específicos y verificables, qué piden las guías (como el umbral del 60% para afirmar “reciclable” en EE. UU.), y cómo reducir la huella de tus campañas con creatividades más ligeras, inventario limpio y buenas prácticas web. Saldrás con playbooks, plantillas y métricas para actuar esta semana.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita.

En esta lección pondrás en práctica, con libertad y criterio, los fundamentos aprendidos sobre publicidad eficaz en comercio. Escribirás tres piezas breves donde conectarás promesa, beneficio y razón para creer, adaptarás una misma idea a dos formatos distintos y aplicarás tendencias actuales con mirada ética y sostenible.

El objetivo es que pienses como profesional: claridad antes que adornos, coherencia entre anuncio y destino, y métricas que conecten con resultados. Usa tu creatividad, pero siempre al servicio de la comprensión y de una acción concreta.

Role playing y estado de avance.

Refuerza lo aprendido en la unidad con un repaso ágil y práctico. Primero, utiliza un set completo de flashcards para consolidar conceptos clave: promesa, formatos, métricas, ética, privacidad y sostenibilidad.

Después, pondrás en juego tus decisiones en un role play guiado por una consultora IA. Construirás una mini campaña con el marco CLARO, elegirás dos formatos (digital y tradicional), definirás métricas y un test A/B, y afinarás mensajes sin caer en greenwashing. Terminarás con una cadena de medios lista para iterar.

Evaluación de la unidad.

Pon a prueba lo aprendido en la unidad "Fundamentos y tendencias de la publicidad". Encontrarás preguntas de opción múltiple sobre conceptos clave, formatos y métricas, así como tendencias, ética y sostenibilidad.

Lee cada pregunta con atención, aplica los principios vistos y selecciona la opción que mejor se ajuste. Puedes avanzar o retroceder entre pantallas antes de finalizar. Procura responder todas las preguntas antes de completar la evaluación.

Plan estratégico y producción publicitaria.

Para comenzar.

Entre la chispa creativa y las ventas hay un puente hecho de decisiones claras: estrategia, medios, producción y medición. En esta lección de bienvenida conocerás el mapa general que vas a recorrer en la unidad, con un enfoque práctico para que puedas pasar de la idea a las piezas, y de las piezas a resultados medibles sin perder tiempo ni presupuesto.

Verás un modelo simple en cuatro capas, un recorrido en cinco pasos del problema a la acción, y las claves para producir sin sobresaltos. Al final, tendrás un checklist breve para empezar con buen pie y una comprobación rápida de conceptos.

Identidad corporativa y posicionamiento.

Aprende a diseñar una identidad corporativa coherente y un posicionamiento claro y defendible que reduzcan la fricción para elegirte. En esta lección pasarás de la estrategia a un sistema verbal y visual aplicable, con plantillas y checklists para activar tu marca en tienda, web y medios, y con métricas para validar que construyes preferencia real.

Trabajaremos los cuatro pilares de la identidad, la fórmula práctica del posicionamiento, ejemplos y casos ficticios, activos distintivos, arquitectura de marca, guías de estilo, accesibilidad e implementación por puntos de contacto. Cerrarás con ejercicios de memoria, una charla breve con la IA y un cuestionario final.

Desarrollo del plan de marketing.

Convierte tu identidad y posicionamiento en un mapa claro de decisiones: objetivos medibles, mezcla de canales con papeles definidos, presupuesto con supuestos honestos y un sistema de aprendizaje continuo. En esta lección construirás un plan de marketing completo, desde la versión en una página hasta la ejecución por sprints, con marcos SOSTAC y RACE, métricas accionables y plantillas listas para adaptar.

Aprenderás a diagnosticar el terreno (TAM/SAM/SOM, competencia y desempeño), redactar objetivos SMART y OKR, diseñar estrategia y tácticas por etapa del viaje del cliente, coordinar calendario, roles y ruta crítica, y medir para decidir con paneles simples, pruebas A/B y umbrales de kill switch. Cerraremos con un caso práctico y un checklist de calidad para lanzar sin sobresaltos.

Estrategias de marketing directo.

En esta lección transformarás tu marca en una máquina de conversación uno a uno que convierte atención en ventas y ventas en relaciones. Aprenderás a construir un sistema moderno de marketing directo basado en datos propios y permiso, a dominar email, SMS y WhatsApp con mensajes que provocan respuesta, a automatizar viajes clave (bienvenida, carrito, recompra, reactivación) y a medir lo que realmente mueve el negocio.

Trabajaremos con marcos simples y aplicables: los 7 bloques de un sistema directo, buenas prácticas de entregabilidad (SPF, DKIM, DMARC) y baja con un clic, reglas de SMS y plantillas de WhatsApp, creatividad de respuesta inmediata (CLARO), accesibilidad y cumplimiento, experimentación (A/B, holdout, geo?tests) e instrumentación con UTM. Saldrás con plantillas, checklists y un plan de 14 días listo para implementar.

Selección de medios y métricas de campaña.

Convierte tus objetivos en una mezcla de medios que realmente mueva el negocio. En esta lección aprenderás a elegir canales por el efecto que producen (Reach–Act–Convert–Engage), a puntuar alternativas con criterios claros, a leer las métricas que importan y a diseñar experimentos para demostrar incremento real. También verás cómo asegurar la medición técnica (UTM, eventos, viewability, ads.txt) y la seguridad de marca, y trabajarás con una plantilla práctica y un caso guía.

Saldrás con un método replicable para seleccionar medios, fijar umbrales (CPA/ROAS y kill switch), evitar la superposición ineficiente y gobernar la atribución sin mareos, preparando tu campaña para lanzar con control y aprender cada semana.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita.

En esta lección vas a transformar lo aprendido en un borrador listo para ejecutar: redactarás un micro-brief estratégico, un mini plan táctico con producción y un esquema de métricas y pruebas. Es una práctica de libertad guiada: claridad, foco y creatividad al servicio de resultados.

Puedes trabajar sobre un comercio real o ficticio. Busca alinear promesa, razones para creer, piezas y decisiones de medición con una narrativa coherente y viable en el tiempo.

Role playing y estado de avance.

En esta lección de repaso consolidarás lo aprendido sobre plan estratégico y producción publicitaria. Comenzarás con un set amplio de flashcards para refrescar conceptos clave: identidad y posicionamiento, SOSTAC y RACE, marketing directo, selección de medios, métricas y producción sin sobresaltos.

Después, practicarás en un role play guiado con una directora de marketing que te retará a defender y ajustar un plan de 6 semanas: objetivos SMART, mezcla de medios por RACE, piezas y pruebas A/B, presupuesto, instrumentación (UTM/eventos), riesgos, accesibilidad y kill switch. Saldrás con próximos pasos claros para tu siguiente sprint.

Evaluación de la unidad.

Pon a prueba lo aprendido sobre estrategia, identidad y posicionamiento, plan de marketing, marketing directo y selección de medios con métricas accionables. Este test repasa los conceptos y decisiones clave para convertir un plan en resultados medibles.

Lee con atención cada pregunta y elige la opción correcta según los criterios y marcos vistos en la unidad. Al finalizar, tendrás claro qué reforzar para tu siguiente sprint.

Medios publicitarios y reputación corporativa.

Para comenzar.

Bienvenido/a a la unidad "Medios publicitarios y reputación corporativa". Aquí ordenarás el mapa de medios, entenderás cómo se combinan los canales tradicionales y digitales y cómo cada uno aporta en el recorrido del cliente: descubrir, considerar, convertir y repetir. También verás cómo tu reputación online se construye cada día y cómo comunicar avances ecológicos con credibilidad.

Usaremos un vocabulario claro (medio, soporte, formato), la brújula PESO (Pagados, Ganados, Compartidos y Propios) y mini-casos prácticos para que tu próxima campaña sea coherente: misma promesa, una prueba visible y un CTA inequívoco, en cualquier pantalla o cartel.

Publicidad en internet y redes sociales.

Internet se mueve con dos energías: intención (cuando alguien busca una solución ahora) y descubrimiento (cuando una idea útil aparece mientras la persona navega o socializa). Esta lección te enseña a combinar búsquedas/SEM, display y video, y redes sociales para que cada clic avance una historia coherente: de ver, a explorar, a comprar, a volver.

Aprenderás a dominar Ad Rank sin humo, a crear anuncios que abren chat y convierten, a diseñar creatividades para móvil (y en silencio), a medir con eventos y UTMs, y a optimizar con umbrales claros. Cerrarás con mini casos aplicados, ejercicios de emparejar conceptos y un test final para validar lo aprendido.

Medios tradicionales y merchandising.

En esta lección aprenderás a planificar, comprar y ejecutar medios tradicionales (prensa, radio, TV/CTV, exterior/OOH y cine) con cabeza comercial, y a convertir el merchandising del punto de venta en un "vendedor silencioso" que ordena, orienta y convence cada día.

Trabajaremos desde el mensaje y el contexto: cómo escribir piezas que se entienden en 1–3 segundos, cómo medir con métricas clave (GRP/TRP, alcance y frecuencia, AQH/Cume/TSL), y cómo conectar la calle con la góndola con señalización clara, QR/UTM y displays que elevan el rendimiento. Cerrarás con un checklist práctico y un cuestionario final.

Relaciones públicas y reputación online.

Convierte las relaciones públicas en un sistema que te haga ganar confianza y ventas. En esta lección aprenderás a construir una Casa de Mensajes sólida, a mapear tus públicos y preparar piezas básicas (nota de prensa, kit y pitch), a colaborar con creadores con divulgación correcta, y a gestionar tu reputación online con escucha y respuesta constantes. También diseñarás un protocolo de crisis (matriz, holding statement y vocería), y un panel de métricas que dispare decisiones, no solo reportes.

Todo con foco práctico para comercios y pymes: guiones listos, plantillas y casos aplicados. Incluimos recordatorios regulatorios clave (reseñas e influencers) y cómo comunicar avances ambientales sin caer en greenwashing. Cierra con un juego de memoria, un chat breve con el tutor y un cuestionario para consolidar lo aprendido.

Comunicación con perspectiva ecológica.

Aprende a comunicar atributos ambientales con precisión, credibilidad y enfoque comercial. En esta lección transformarás afirmaciones vagas en claims específicos y verificables, aplicarás la brújula 5S (Specific, Substantiated, Sane, Simple, Seen), y adaptarás tu historia por canal (packaging, web, social, OOH, audio y colaboraciones con creadores). También verás estándares (ISO 14021/14067/14068?1), referencias regulatorias (FTC Green Guides, SB 343 California, Directiva UE 2024/825), y marcos para reducir la huella de producción y medios.

Terminarás con plantillas listas para usar, respuestas a preguntas difíciles y un plan 30?60?90. Cierra con una práctica interactiva, una conversación con el tutor IA y un cuestionario para consolidar lo aprendido.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita.

En esta lección pondrás en práctica lo aprendido sobre mezcla de medios, reputación online y comunicación con perspectiva ecológica. Trabajarás tres situaciones reales de comercio: diseñarás una mini historia multicanal coherente, responderás una reseña negativa con plan de mejora y redactarás un claim ambiental creíble con su calificador y prueba.

El objetivo es que apliques creatividad con método: la misma promesa y prueba viajan por distintos formatos, tu tono cuida la relación y tus afirmaciones ambientales son específicas, verificables y útiles. Escribe en voz clara, orientada a personas, y evita datos personales

reales.

Role playing y estado de avance.

Repasa lo esencial de la unidad con tarjetas de memoria y luego ponlo en práctica con un role play guiado. Primero consolidarás conceptos clave de mezcla de medios, medición, reputación y comunicación ecológica; después diseñarás un mini plan accionable y responderás a un caso de reputación en vivo.

Usa este cierre para alinear promesa, prueba y condiciones en todos los canales, definir métricas con umbrales de decisión y asegurarte de que tus claims ambientales sean precisos y verificables.

Evaluación de la unidad.

Pon a prueba lo aprendido sobre medios pagados/ganados/compartidos/proprios (PESO), publicidad en internet y redes sociales, medios tradicionales y merchandising, relaciones públicas y reputación online, y comunicación con perspectiva ecológica.

Responde preguntas de opción múltiple que evalúan conceptos clave y su aplicación práctica en comercio. Al finalizar, tendrás una fotografía clara de tus fortalezas y de los temas a reforzar.

Legalidad publicitaria y cierre del curso.

Para comenzar.

Bienvenido/a a la unidad “Legalidad publicitaria y cierre del curso”. Aquí vas a convertir la ley en tu carril seguro: tomarás decisiones de marketing que venden y, además, cumplen. Verás cómo pedir permiso bien, afirmar solo lo que puedes demostrar y usar contenidos con derechos claros.

En las próximas lecciones exploraremos, con enfoque práctico, cuatro frentes: privacidad y datos personales, derechos de autor e imagen, contratos y documentación clave, y gestión ética de la reputación online. Saldrás con checklists, plantillas y ejemplos listos para aplicar mañana.

Protección de datos personales.

Convierte la privacidad en una ventaja competitiva. En esta lección transformarás requisitos legales en decisiones de marketing: identificarás qué es dato personal y qué es tratamiento; aplicarás los principios del RGPD; elegirás la base jurídica por canal (email, SMS, cookies/ads) en la UE/España y tendrás un mapa exprés de EE. UU.; diseñarás transparencia por capas con microavisos claros y un banner de cookies sin trampas; integrarás CMP, TCF y Consent Mode v2; atenderás derechos en un mes y sin fricción; y cerrarás acuerdos de encargo (DPA) y transferencias internacionales (DPF/SCC) con seguridad y registros.

Aterrizaremos todo con casos de comercio, checklists listos para pegar y plantillas (microaviso, aviso de brecha, ROPA). Saldrás con criterios aplicables mañana y una carpeta legal que te ahorra sorpresas.

Derechos de autor y propiedad intelectual.

En esta lección transformarás el tema de “los derechos” en una ventaja competitiva. Entenderás con claridad qué protege el derecho de autor (y qué no), cómo licenciar imágenes, música y vídeos para campañas, cuándo necesitas permisos de imagen o de propiedad, cómo nombrar a competidores de forma legítima, qué excepciones existen (y sus límites), y cómo trabajar con UGC, influencers e IA generativa con seguridad.

Además, montarás un flujo de clearance desde el guion al “publicar” y sabrás qué guardar en tu carpeta legal. Al terminar, tendrás criterios prácticos y plantillas listas para adaptar que te ahorrarán fricciones, tiempo y riesgos.

Contratos y documentación legal en publicidad.

En esta lección convertirás los requisitos legales en decisiones operativas que aceleran tus campañas. Diseñarás la carpeta legal de una campaña publicitaria, entenderás qué documento sirve para qué (del brief y el MSA/SOW al NDA, DPA, IO, licencias y bases de promoción) y sabrás qué cláusulas no pueden faltar.

Aprenderás a encargar y documentar tratamientos de datos personales con proveedores (DPA), asegurar derechos de propiedad intelectual (licencias, releases, música sync y master), exigir divulgaciones visibles en colaboraciones con creadores, cerrar compras de medios con métricas y cancelación claras, y publicar promociones con bases limpias. Cerrarás con ejercicios de emparejamiento, un memorama de conceptos clave, un microchat con el tutor IA y un cuestionario final.

Gestión ética de la reputación online.

En esta lección convertirás la gestión de la reputación online en un sistema operativo ético, medible y en regla. Aterrizaremos principios profesionales (honestidad, transparencia, responsabilidad y equidad) a decisiones diarias: cómo pedir y verificar reseñas sin sesgos, cómo responder para reparar y no para ganar discusiones, cómo moderar con normas claras y cómo prepararte para una crisis en las primeras 48 horas.

También conocerás el mapa legal y de plataformas que te afecta (FTC, Directiva Omnibus en la UE, DSA y políticas de Google, Yelp y Amazon), trabajarás divulgaciones visibles con creadores e influencers, y te llevarás plantillas listas para adaptar (política de reseñas, holding statement, guiones de respuesta). Cerraremos con KPIs que sí importan, un juego de memoria y una evaluación final.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita.

En esta lección vas a escribir con tu propia voz para aterrizar lo aprendido sobre privacidad, derechos de autor e imagen, contratos y reputación online. Se trata de ejercicios prácticos pensados para un comercio real o ficticio, donde aplicarás criterios legales a decisiones de

marketing concretas.

Usa un tono claro y operativo, prioriza la veracidad y el cumplimiento, y demuestra cómo convertir los requisitos legales en acciones que mejoran la eficacia de tus campañas.

Role playing y estado de avance.

Repasa los conceptos esenciales de la unidad con tarjetas de memoria y ponlos en práctica en un role play guiado. Consolidarás privacidad (RGPD/LSSI, cookies), derechos de autor e imagen, contratos y documentación, y gestión ética de la reputación.

Al finalizar, tendrás microcopys y decisiones tácticas listos para tu próxima campaña, así como una ruta clara de evidencias para demostrar cumplimiento.

Evaluación de la unidad.

Pon a prueba lo aprendido en la unidad "Legalidad publicitaria y cierre del curso". Encontrarás preguntas sobre privacidad y protección de datos, derechos de autor e imagen, contratos y documentación de campaña, trabajo con creadores, transparencia publicitaria y gestión ética de la reputación online.

Lee cada enunciado con atención y elige la opción correcta según los criterios y buenas prácticas revisados. Podrás avanzar y retroceder entre pantallas antes de finalizar.

Evaluación final.

Evaluación final.

Esta evaluación final integra los aprendizajes clave del curso PUBLICIDAD EFICAZ EN COMERCIO: estrategia y creatividad que convierten, selección de medios y métricas, reputación y ética, privacidad y derechos, y comunicación con perspectiva ecológica. Encontrarás preguntas de opción múltiple de dificultad intermedia y un ejercicio escrito de aplicación.

Lee cada enunciado con atención y responde según los criterios trabajados. Al finalizar, pondrás en práctica tu criterio profesional con un caso breve que evaluará claridad, coherencia, métricas, viabilidad y cumplimiento.