



Diseño del plan de medios y soporte publicitario

Sku: CT2739

Horas: 25

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Plan de Medios

- 1.1. Concepto
- 1.2. Características y elementos de planificación

2. Medios, formas y soportes de publicidad y comunicación

- 2.1. Diferenciación de medios, soportes y formas publicitarias
- 2.2. Publicidad convencional y no convencional
- 2.3. Internet como medio publicitario y de relaciones con clientes

3. Modelos de planes de medios

- 3.1. Fuentes de información e investigación de medios de comunicación
- 3.2. Características y diferencias
- 3.3. Obtención del ranking de soportes: audiencia, costes, rentabilidad, afinidad
- 3.4. Cuadro de mandos de una campaña publicitaria

4. Criterios de elección de medios y soportes

- 4.1. Según producto
- 4.2. Según público objetivo: targets
- 4.3. Evaluación de perfiles y clientes potenciales y objetivos del plan de medios
- 4.4. Tarifas y otros criterios de elección del mix del plan de medios