Diplomado

Planificación de Medios Publicitarios



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Diplomado

Planificación de Medios Publicitarios

Modalidad: **Online**
Duración: **6 semanas**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **150 h.**
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 — pág. 16

05 Titulación — pág. 24

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 Diplomado 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 de 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. Y, además, 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 **Diplomado en Planificación de Medios Publicitarios** contiene el programa académico más completo y actualizado del panorama universitario. Sus características más destacadas son:

- El uso de la última tecnología en softwares 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”

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.

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.



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 permitan 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 de 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 Diplomado 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. Gpr's

Un completísimo recorrido académico por los principales conceptos y estrategias para la planificación de medios publicitarios"

04

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional, para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización"

En TECH empleamos el Método del caso

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las Universidades tradicionales de todo el mundo"



Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Este programa intensivo de Periodismo y Comunicación de TECH Universidad Tecnológica prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer el crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso TECH utiliza los case studies de la Harvard, con la que tenemos un acuerdo estratégico que nos permite acercar a nuestros alumnos los materiales de la mejor universidad del mundo.

> *Somos la única Universidad online que ofrece los materiales de Harvard como material docente en sus cursos"*

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

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

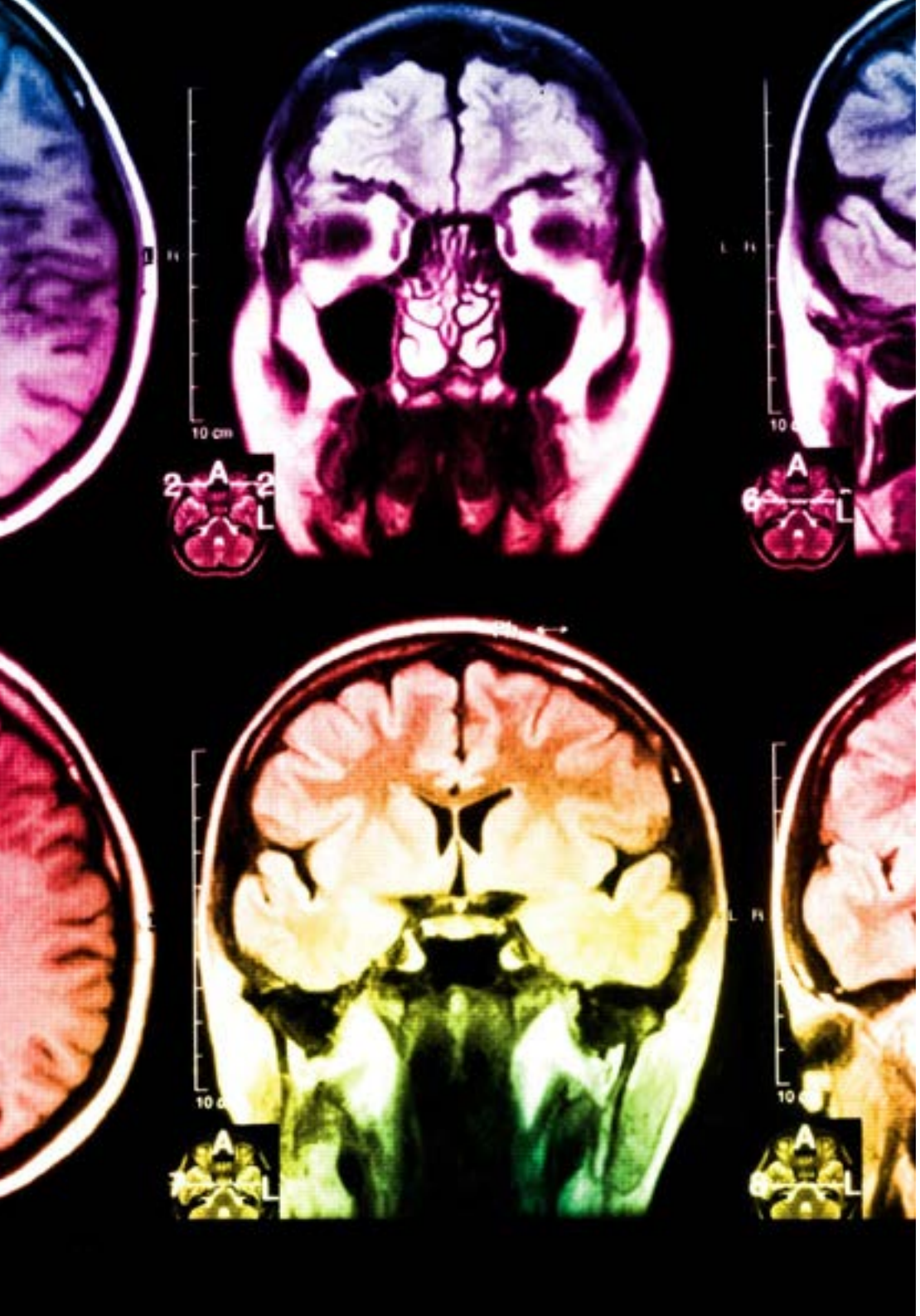
Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

En 2019 obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH se aprende con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra Universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019 hemos conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos…) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.





En nuestro programa el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes. En ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes, los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:

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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

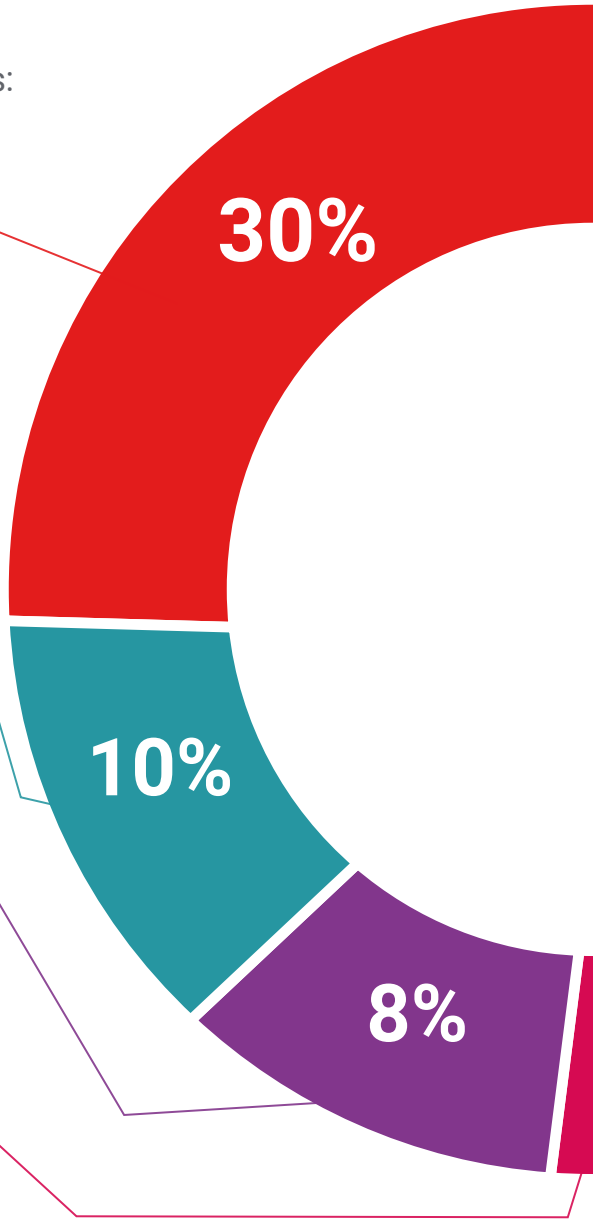
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

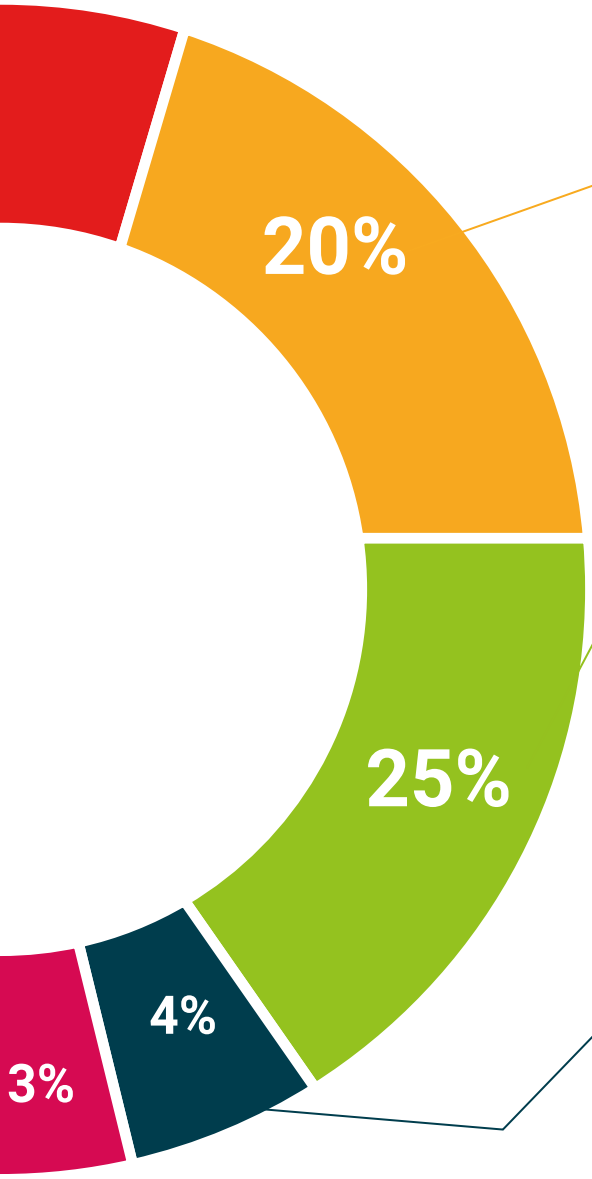
Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán 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.

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case Studies

Completarán una selección de los mejores cases studies de la materia que se emplean en Harvard. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos: para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.

05

Titulación

El Diplomado en Planificación de Medios Publicitarios garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Diplomado expedido por TECH Universidad Tecnológica.





Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin necesidad de realizar complicados trámites"

Este **Diplomado en Planificación de Medios Publicitarios** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación por parte del alumno, éste recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente título de **Diplomado** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Diplomado, y reúne los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores carreras profesionales.

Título: **Diplomado en Planificación de Medios Publicitarios**

Nº Horas Oficiales: **150**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

DIPLOMADO

en

Planificación de Medios Publicitarios

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 150 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad tecnológica

Diplomado

Planificación de Medios Publicitarios

Modalidad: **Online**

Duración: **6 semanas**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **150 h.**

Diplomado

Planificación de Medios Publicitarios



tech universidad tecnológica