

Medios y soportes de comunicación



Editorial: Paraninfo

Autor: ADRIANA MARIA IGLESIAS
ÁLVAREZ

Clasificación: Ciclos Formativos > Comercio
y Marketing

Tamaño: 21 x 27 cm.

Páginas: 152

ISBN 13: 9788428341936

ISBN 10: 8428341931

Precio sin IVA: 25,00 Eur

Precio con IVA: 26,00 Eur

Fecha publicacion: 30/01/2020

Sinopsis

El éxito en el desarrollo y ejecución de un plan de medios publicitario viene determinado por un buen conocimiento de las características de los medios y soportes de comunicación.

Este libro desarrolla los contenidos del módulo profesional de Medios y soportes de comunicación, del Ciclo Formativo de grado superior de Marketing y Publicidad, perteneciente a la familia profesional de Comercio y Marketing.

En la obra se desarrollan los siguientes contenidos:

- Descripción de los distintos soportes publicitarios.
- Formas publicitarias específicas en cada uno de los soportes.
- Acceso a diversas fuentes de información.
- Legislación vigente en materia publicitaria.
- Agencias de publicidad y departamento de medios.

- Planificación, puesta enmarcha y ejecución de un plan de medios.
- Control de la ejecución y rendición de cuentas.

El contenido teórico se acompaña de numerosos ejemplos, esquemas, imágenes, recuadros con información adicional, actividades, casos prácticos desarrollados, mapas conceptuales y una serie de actividades finales que ayudarán a comprender y afianzar la materia.

La publicidad está en todas partes y, además, se encuentra en constante cambio. Es por ello que este manual puede resultar de utilidad no solo a estudiantes, sino también a profesionales del sector que deseen actualizar sus conocimientos. También resultará de interés para cualquier persona que quiera profundizar en un campo que abarca numerosos aspectos de la vida cotidiana.

Adriana Iglesias Álvarez es licenciada en Periodismo y máster en Comunicación digital y nuevas narrativas. A lo largo de su trayectoria profesional ha desempeñado numerosas tareas relacionadas con la comunicación en diferentes vertientes y a través de diversos soportes.

Índice

1. Descripción de los soportes publicitarios en medios convencionales; **2.** Descripción de los soportes publicitarios en medios no convencionales; **3.** Recopilación de datos para diseñar un plan de medios publicitario; **4.** Normativa publicitaria y malas prácticas; **5.** Agencias de publicidad y preparación del plan de medios; **6.** Preparación del plan de medios: presupuesto y calendario; **7.** Control del plan de medios; **8.** Colaboración en la obtención de información.

Ediciones Paraninfo S.A. Calle José Abascal, 56 (Utopicus). Oficina 217. 28003 Madrid (España)

Tel. (+34) 914 463 350 Fax

info@paraninfo.es www.paraninfo.es