

# Contenido

## Introducción

### 1. Introducción a la publicidad

¿Qué es la publicidad? .....	17
La publicidad como profesión .....	24
Perfil del publicista .....	27
Función de la publicidad .....	29
Errores en la práctica .....	37
Un poco de historia .....	40
Preguntas y problemas .....	48
Proyectos y ejercicios .....	49
Lecturas complementarias .....	49

### 2. El proceso de la publicidad

Elementos teóricos .....	51
Analogía de venta y anuncio .....	58
Especificidad de los medios .....	61
El guión .....	63
Cómo aprovechar mejor a los medios .....	66
Principios básicos .....	71
Cómo se producen las ideas .....	80
Cómo posicionar un mensaje .....	87
Preguntas y problemas .....	94
Proyectos y ejercicios .....	95
Lecturas complementarias .....	95

### 3. Semiótica del mensaje

Componentes del anuncio .....	97
Función creativa .....	99
La imagen .....	102
Los titulares .....	104
El texto .....	114
Epígrafes .....	126
<i>Blow outs</i> .....	126
El <i>slogan</i> .....	129
El logotipo .....	129

El imagotipo .....	140
Preguntas y problemas .....	146
Proyectos y ejercicios .....	147
Lecturas complementarias .....	147

#### **4. El periódico**

El contexto impreso .....	149
El periódico .....	150
Las revistas .....	152
Componentes del anuncio .....	153
El fotógrafo creativo .....	157
Definición tipográfica .....	159
El diseño gráfico .....	160
Siete recomendaciones básicas .....	161
El buen redactor .....	164
Preguntas y problemas .....	192
Proyectos y ejercicios .....	192
Lecturas complementarias .....	193

#### **5. La radio**

El <i>don</i> de la ubicuidad .....	195
Publicidad radiofónica .....	197
El guión creativo .....	199
Técnicas de producción .....	204
La radio creativa .....	210
Cómo identificar los buenos <i>spots</i> .....	214
Preguntas y problemas .....	224
Proyectos y ejercicios .....	224
Lecturas complementarias .....	225

#### **6. La televisión**

El <i>medio</i> del medio .....	227
El <i>kitsch</i> comercial .....	228
El comercial creativo .....	232
<i>Tinglado</i> de la producción .....	235
Técnicas de producción .....	238
Preguntas y problemas .....	261
Proyectos y ejercicios .....	261
Lecturas complementarias .....	262

#### **7. Marketing creativo**

Empresa y mercado .....	263
Marketing creativo .....	265

Alcances de la investigación .....	276
Producto y mercado .....	279
Política de precios .....	283
Segmentación del mercado .....	284
El consumidor .....	286
La competencia .....	294
Mercadotecnia alternativa .....	295
Estrategia creativa .....	299
Preguntas y problemas .....	307
Proyectos y ejercicios .....	308
Lecturas complementarias .....	308

**8. Publicidad creativa**

La agencia .....	309
El plan de medios .....	320
Planificación creativa .....	325
El valor de la publicidad .....	326
Presentación y estilo .....	330
Prospección creativa .....	332
Publicidad de calidad .....	339
Preguntas y problemas .....	349
Proyectos y ejercicios .....	349
Lecturas complementarias .....	350

<i>Anexo A</i> .....	351
<i>Anexo B</i> .....	353
<i>Glosario</i> .....	357
<i>Bibliografía</i> .....	391
<i>Índice analítico</i> .....	
<i>Índice onomástico</i> .....	
<i>Créditos</i> .....	