
Sumario

Comunicación (I)

Unidad 31: Publicidad y marketing, 721

La publicidad, actividad de marketing, 723 • Factores del marketing-mix, 725 • Objetivos de comunicación, 733 • Inversión publicitaria y beneficios, 739 • Tendencias futuras, 740.

Unidad 32: Comunicación publicitaria y semiótica, 745

Qué es la semiótica, 747 • Tipos de comunicación, 751 • Semiótica del mensaje publicitario, 754 • El mensaje publicitario no verbal, 758 • Semiótica de la imagen publicitaria, 761.

Unidad 33: Comunicación y persuasión, 769

La incentivación a la compra, 771 • Persuasión y comunicación masiva, 773 • Efectividad de la comunicación comercial, 776 • Factores que condicionan la persuasión, 783 • El proceso de comunicación comercial, 789.

Unidad 34: La estrategia publicitaria, 793

Concepto de estrategia publicitaria, 795 • Objetivos de comunicación, 799 • Público-objetivo y segmentación, 806 • Creación del mensaje, 809 • Tipos de anunciantes, 813.

Unidad 35: La agencia de publicidad, 817

El triángulo publicitario, 819 • La relación agencia-anunciante, 823 • Remuneración de la agencia, 828 • Promoción de la agencia, 834 • Método práctico de organización, 837.

Unidad 36: Situación actual de las agencias, 841

El organigrama de la agencia, 843 • Clasificación de las agencias, 851 • Las centrales de compra, 855 • Las agencias como sector, 858 • Tendencias futuras, 862.

Unidad 37: La relación agencia-anunciante, 865

Las relaciones financieras, 867 • El briefing, 871 • El contrato de publicidad, 878 • Contenido del contrato, 881 • Modelo de contrato, 884 • El briefing de una campaña, 885.

Unidad 38: El público-objetivo o target group, 889

Qué es el público-objetivo, 891 • Mercado y estrategia publicitaria, 892 • Estrategia de segmentación, 899 • Determinación del público-objetivo, 904 • Público-objetivo y publicidad, 908 • Análisis del spot de Passat, 910.

Unidad 39: Introducción a los medios publicitarios, 913

Tipos de medios, 915 • La prensa diaria, 920 • Las revistas, 925 • La televisión, 927 • La radio, 930 • El cine, 932 • El medio exterior, 933.

Unidad 40: La selección de medios, 937

Importancia de la selección de medios, 939 • Objetivos de medios, 941 • Características del medio, 948 • Los medios en España, 955 • Guía para la selección de medios, 959.