
Sumario

Comunicación (II)

Unidad 41: Investigación de medios, 961

Tipos de investigación de medios, 963 • Investigación de los medios escritos, 971 • Equivalencia de medios, 973 • La audiencia de un anuncio gráfico, 974 • Oficina de Justificación de la Difusión, 975 • Estudio General de Medios (E.G.M.), 977 • La importancia de la repetición, 979 • Medir la eficacia de la publicidad, 982.

Unidad 42: Planificación y evaluación de medios, 985

Determinantes de la planificación, 987 • Caso real de planificación de medios, 991 • La evaluación de medios, 995 • Ratios de los diferentes medios, 1002 • Eficacia de la planificación, 1004.

Unidad 43: Contratación de medios, 1009

La contratación en televisión, 1011 • La contratación en el cine, 1020 • La contratación en la radio, 1026 • Contratación en publicidad exterior, 1029 • Contratación en prensa y revistas, 1030.

Unidad 44: Creatividad publicitaria, 1033

La creatividad del mensaje, 1035 • La creatividad estratégica, 1037 • El proceso creativo, 1039 • La generación de ideas, 1041 • Los grandes creativos, 1044 • Caminos creativos, 1050.

Unidad 45: El copy, 1057

Qué es el copy, 1059 • Condicionantes del copy, 1060 • Desarrollo del copy, 1062 • Redacción del anuncio, 1064 • El titular o encabezamiento, 1066 • El eslogan, 1070 • El cuerpo de texto, 1071 • Objetivos publicitarios del copy, 1074 • El copy en función de los medios, 1075.

Unidad 46: El layout, 1081

Qué es el layout, 1083 • Fundamentos de la composición, 1084 • La importancia del color, 1092 • Componentes del layout, 1094 • Elaboración del layout, 1099 • El layout televisivo o storyboard, 1101.

Unidad 47: La campaña publicitaria, 1105

Qué es la campaña, 1107 • El plan de la campaña, 1110 • El pre-test de campaña, 1119 • Campañas de los detallistas, 1120 • Campaña del Volkswagen Polo Coupé, 1123.

Unidad 48: La televisión y los spots, 1129

Características de la televisión, 1131 • Audiencia general de TV en España, 1135 • La televisión por cable, 1138 • La televisión por satélite, 1141 • El spot, 1143 • Normas para admisión de spots, 1146.

Unidad 49: Radio y cine, 1153

Evolución de la radio, 1155 • La publicidad en radio, 1156 • Aspectos de la publicidad en radio, 1158 • Estilos del mensaje radiofónico, 1161 • El panorama radiofónico español, 1163 • La audiencia radiofónica, 1165 • Evolución del cine, 1167 • La publicidad en cine, 1168 • Aspectos de la publicidad en cine, 1169 • Audiencia del cine, 1173.

Unidad 50: La prensa, 1177

Evolución de la prensa, 1179 • Tirada y audiencia, 1182 • Características de la prensa, 1185 • Tipos de anuncios, 1188 • Las tarifas publicitarias, 1192 • El mensaje en la prensa, 1195 • Crecimiento de la inversión, 1198.