

---

# Sumario

---

## Comunicación (III)

### **Unidad 51: Publicidad exterior, 1201**

Evaluación de la publicidad exterior, 1203 • Publicidad exterior estática, 1205 • Publicidad exterior móvil, 1212 • Ventajas del medio exterior, 1215 • Inconvenientes del medio exterior, 1217 • Audiencia del medio exterior, 1220.

### **Unidad 52: El presupuesto publicitario, 1225**

Qué es el presupuesto publicitario, 1227 • Normas para decidir el presupuesto, 1228 • Presupuesto de las grandes empresas, 1236 • Experimentación y presupuesto, 1237 • La inversión publicitaria en España, 1242.

### **Unidad 53: Restricciones y condicionantes de la publicidad, 1249**

La legislación publicitaria española, 1251 • Legislación comparativa, 1257 • Legislación sobre tabaco y alcohol, 1261 • El niño y los medios publicitarios, 1264 • Publicidad televisiva infantil, 1267.

### **Unidad 54: El departamento de publicidad en la empresa, 1273**

El departamento de Publicidad, 1275 • Organización del departamento, 1283 • Funciones del departamento, 1287 • Las relaciones entre departamentos, 1288 • Selección de la agencia externa, 1291 • Relación entre anunciante y agencia, 1294.

### **Unidad 55: Efectos de la publicidad, 1297**

Eficacia de la publicidad, 1299 • Publicidad dirigida al canal, 1302 • Evaluar la publicidad según los medios, 1306 • Los anuncios con respuesta, 1312 • El caso American Express, 1315 • El caso Pepsi, 1317.

### **Unidad 56: La promoción de ventas, 1321**

Qué es la promoción de ventas, 1323 • Características de la promoción, 1328 • Análisis de la promoción, 1331 • Planificación de la promoción, 1335 • Reglas básicas de una buena promoción, 1341.

### **Unidad 57: Tipos de promoción de ventas, 1345**

Objetivos de la promoción, 1347 • Promoción para el cliente final, 1352 • Promoción para la fuerza de ventas, 1355 • Promoción para el canal, 1357 • Promoción para el prescriptor, 1360 • Promociones más frecuentes, 1362.

### **Unidad 58: La promoción, incentivo de la compra, 1369**

La promoción como comunicación, 1371 • Objetivos de la promoción, 1375 • La promoción como entorno, 1380 • Incentivos de la promoción, 1382 • Repercusión de la promoción, 1385 • La promoción de Café Soley, 1388.

### **Unidad 59: Las relaciones públicas, 1393**

Qué son las relaciones públicas, 1395 • Relaciones públicas y comunicación, 1397 • En organizaciones no lucrativas, 1399 • Tipos de relaciones públicas, 1401 • Relaciones públicas de producto, 1405 • Técnicas de relaciones públicas, 1406.

## Ventas (I)

### **Unidad 60: La fuerza de ventas, 1417**

¿Qué es la fuerza de ventas?, 1419 • Directiva del consejo de la CEE, 1422 • Organización de la fuerza de ventas, 1424 • Control de los vendedores, 1429 • Control del tiempo y la actividad, 1436.