



## Asignatura

# Fundamentos de la Publicidad y las Relaciones Públicas

### Objetivos fundamentales:

- Saber realizar diferentes propuestas de tipologías publicitarias para un caso concreto dado en supuesto práctico, y materializarlas visualmente.
- Aplicar las características principales del discurso publicitario y su terminología en un ejercicio práctico, como por ejemplo, la creación de un anuncio publicitario para un medio determinado.
- Crear un briefing publicitario.
- Confeccionar un plan de medios, a nivel básico, y calcular los diferentes indicadores de medición para evaluar la eficacia de una campaña publicitaria.
- Diferenciar, dentro de una serie de ejemplos dados en un caso práctico, el tipo de estrategia publicitaria que se está utilizando.
- Realizar una investigación de medios, a nivel básico, para una campaña publicitaria y elaborar una planificación estratégica.
- Analizar un anuncio publicitario y saber reconocer en él la técnica creativa, el género al que pertenece y el estilo.
- Realizar un análisis DAFO de un caso práctico y establecer distintos tipos de estrategia publicitaria para ese caso.
- Elaborar un guión para un spot utilizando todos los recursos publicitarios aprendidos durante el módulo, actuando como lo haría una agencia de publicidad, desde la dirección creativa hasta la dirección de medios, todo ello a nivel inicial.

