INSTITUTO
DICORMO®
CENTRO EDUCATIVO DE DISEÑO

CREA, DISEÑA Y
CONSTRUYE TU FUTURO
... SÉ DICORMO

CURSO DE
PUBLICIDAD PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

PLAN DE ESTUDIO:

I. PUBLICIDAD.
- INTRODUCCIÓN.
- CONCEPTO DE PUBLICIDAD.
- OBJETIVOS.

II. FUNCIONAMIENTO E IMPORTANCIA DE LA PROMOCIÓN DE VENTAS Y OTRAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA COMUNICACIÓN INTEGRAL.
- LA PROMOCIÓN DE LAS VENTAS.
- EL COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE FINAL ANTE LAS COMUNICACIONES INTEGRALES.
- LOS INVOLUCRADOS EN LA COMUNICACIÓN INTEGRAL Y LAS VENTAS PERSONALES.
- LA MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA COMO CIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTEGRAL.

III. TITLE.
- LA PREPARACIÓN.
- EL COMIENZO Y LA CREACIÓN DE LA CAMPAÑA INTEGRAL.
- EL PUNTO DE VENTA.
- INSTITUCIONES AL DETALLE.

IV. LA PLANEACIÓN Y EL PRESUPUESTO.
- EL PRESUPUESTO PUBLICITARIO.
- CONCEPTOS.
- EVOLUCIÓN DE LA MERCADOTECNIA HACIA EL FUTURO.
- COORDINACIÓN DEL PLAN FINAL.

V. MEDIOS DE PUBLICIDAD.
- LA PUBLICIDAD IMPRESA ESTRUCTURA DE LOS PERIÓDICOS.
- CREACIÓN DE LA PUBLICIDAD IMPRESA.

PARA MAYOR INFORMACIÓN

WWW.DICORMO.COM - INFO@DICORMO.COM

INSTITUTO DICORMO | INST_DICORMO | @INSTITUTO DICORMO | INSTITUTO DICORMO