

GUÍA DIDÁCTICA

REDACCIÓN PUBLICITARIA (IMSV030PO)

ESTATAL

Presentación

Este curso le prepara para Manejar el lenguaje publicitario para la redacción de anuncios para todos los soportes (tradicional y on line) pudiendo trabajar dentro de la Familia Profesional de Imagen y Sonido y más concretamente dentro del Sector Empresas de publicidad.

Características



Modalidad

E-learning.



Duración

120h.

Contacto

Clictic, S.L. (España)
Rúa da Coruña, 33

36208 Vigo
Pontevedra

contenidos@repositorioclictic.com
<https://catalogo.repositorioclictic.com>

REDACCIÓN PUBLICITARIA (IMSV030PO)

Objetivos

Manejar el lenguaje publicitario para la redacción de anuncios para todos los soportes (tradicional y on-line).

Programa

120 horas	REDACCIÓN PUBLICITARIA (IMSV030PO)	
120 horas	1. VISIÓN GENERAL DE LA REDACCIÓN PUBLICITARIA. 1.1. REDACCIÓN PUBLICITARIA COMO VENTA. 1.2. LA REDACCIÓN PUBLICITARIA COMO CREADORA DE CONCEPTOS PUBLICITARIOS. 2. REDACCIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS CONVENCIONALES. 2.1. LA LABOR DEL COPYWRITER O REDACTOR CREATIVO. 2.2. PARTES TEXTUALES EN ANUNCIOS PARA PRENSA Y REVISTAS. 2.3. PARTES TEXTUALES DE LOS ANUNCIOS DE EXTERIOR. 2.4. REDACCIÓN DE FOLLETOS Y PLV. 2.5. TELEVISIÓN. 2.6. PUBLICIDAD EN RADIO. 2.7. REDACCIÓN DE MAILINGS. 2.8. REDACCIÓN DE NOTAS DE PRENSA. 2.9. REDACCIÓN DE ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA. 2.10. PROMOCIONES. 2.11. ELEMENTOS DE REDACCIÓN EN EL PACKAGING. 2.12. REDACCIÓN DE CAMPAÑAS POLÍTICAS. 3. REDACCIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS 3.1. LENGUAJE DE LA WEB 2.0 3.2. REDACCIÓN DE UNA WEB 3.3. EL E-MAILING 3.4. REDACCIÓN EN SOPORTES DE PUBLICIDAD ONLINE 3.5. REDACCIÓN DE BLOGS 3.6. UTILIZACIÓN PUBLICITARIA DE LAS REDES SOCIALES 3.7. REDACCIÓN EN BUSCADORES 3.8. REDACCIÓN DE ANUNCIOS PARA TELÉFONOS MÓVILES 3.9. LA LABOR DEL COMMUNITY MANAGER	