

IMSV030PO REDACCIÓN PUBLICITARIA

Categoría
Imagen y sonido



www.clictic.es

Objetivos

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



Modalidad
E-learning



Duración
120H

Índice de contenidos

1. VISIÓN GENERAL DE LA REDACCIÓN PUBLICITARIA.

1.1. REDACCIÓN PUBLICITARIA COMO VENTA.

- Características específicas de la redacción publicitaria.
- Objetivos de la redacción publicitaria.
- Condicionantes
- Evolución histórica de la redacción en anuncios.

1.2. LA REDACCIÓN PUBLICITARIA COMO CREADORA DE CONCEPTOS PUBLICITARIOS.

- Redacción del briefing y el contrabriefing.
- La estrategia de comunicación.
- El copy strategy.
- El concepto de comunicación.
- El slogan.

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.

- El titular.
- El body copy.
- Pretitular, subtítular y cierre.
- Flashes promocionales y textos legales.
- El texto como elemento gráfico.

2.3. PARTES TEXTUALES DE LOS ANUNCIOS DE EXTERIOR.

- Vallas.
- El cartel.
- Soportes de publicidad urbana.
- Publicidad exterior alternativa.
- Eventos.
- Postal free.

2.4. REDACCIÓN DE FOLLETOS Y PLV.

- Del flyer al catálogo.
- Elementos de PLV.

2.5. TELEVISIÓN.

- Redacción del script y del audio del story board.
- El guión técnico del spot.
- Elementos textuales en el spot.
- Redacción de otras formas de publicidad televisiva.

2.6. PUBLICIDAD EN RADIO.

- Redacción de la cuña de radio.
- Redacción de menciones radiofónicas.
- El microprograma.

2.7. REDACCIÓN DE MAILINGS.

2.8. REDACCIÓN DE NOTAS DE PRENSA.

2.9. REDACCIÓN DE ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA.

2.10. PROMOCIONES.

- Tipos de promociones.
- Redacción de elementos promocionales.
- Soportes promocionales publicitarios.
- Soportes promocionales de producto.

2.11. ELEMENTOS DE REDACCIÓN EN EL PACKAGING.

2.12. REDACCIÓN DE CAMPAÑAS POLÍTICAS.

- Objetivos de la redacción en campañas políticas.
- El lenguaje político.
- El slogan político.
- Articulación de una campaña política.
- Soportes para mensajes políticos.
- Redacción de campañas políticas en los nuevos medios.

3. REDACCIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS

3.1. LENGUAJE DE LA WEB 2.0

3.2. REDACCIÓN DE UNA WEB

- Característica del lenguaje online
- Partes de una web
- Tipos de webs

3.3. EL E-MAILING

- Características y condicionantes del e-mailing
- Lenguaje de un e-mail publicitario

3.4. REDACCIÓN EN SOPORTES DE PUBLICIDAD ONLINE

- El banner
- Patrocinio de sitios web
- Rich Media Banners
- Formatos flotantes: pop-up y pop-under
- Layers
- Cortinillas

3.5. REDACCIÓN DE BLOGS

- Tipos de blogs
- Características de la redacción en blogs
- Optimización del código y de los contenidos de un blog
- Microblogs

3.6. UTILIZACIÓN PUBLICITARIA DE LAS REDES SOCIALES

- Redacción en Facebook
- Redacción en Twitter
- Redacción en YouTube
- Redacción en otras redes sociales

3.7. REDACCIÓN EN BUSCADORES

- Anuncios en buscadores
- Palabras clave para rentabilizar los buscadores

3.8. REDACCIÓN DE ANUNCIOS PARA TELÉFONOS MÓVILES

- Características y condicionantes
- Del sms al wap

3.9. LA LABOR DEL COMMUNITY MANAGER

- Cometidos de un community manager
- Gestión de la reputación online