

## Plan de medios de comunicación e Internet

### DESCRIPCIÓN

#### Los objetivos de este curso son:

- Analizar datos y variables de fuentes de información de medios fiables u oficiales para la elaboración de un plan de medios en Televisión, radio, revistas, internet u otros.
- Interpretar la normativa vigente y código deontológico en materia de publicidad y derecho a la información de los consumidores argumentando la importancia de su cumplimiento.
- Seleccionar la combinación óptima de un plan de medios a partir de la información y cuadro de mandos disponible y de acuerdo a los objetivos establecidos.
- Determinar los elementos críticos que intervienen en la realización del cursaje de emisión de acciones incluidas en un plan de medios establecido.

### DIRIGIDO A

El curso está dirigido a alumnos interesados en la temática, y permitirá al usuario adquirir los conocimientos y destrezas necesarias para desempeñar funciones relacionadas con la materia.

### REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

No se establecen requisitos previos de acceso:

Requisitos para la obtención del título:

- Completar el 100% de las autoevaluaciones
- Lectura/ Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Superar el examen final con una nota superior al 60% (3 intentos máximo)

Los alumnos que no superen el examen final, pero cumplan el resto de requisitos, podrán solicitar un certificado de Participación emitido por INTEDYA Internacional

#### FICHA DEL CURSO



**Modalidad Elearning**  
Duración: 60 h



**Titulación Otorgada**  
Plan de medios de comunicación e Internet



**Título emitido por**



**PREVENSYSTEM**

**Modalidad Elearning**

Duración: 60 h

**Titulación Otorgada**

Plan de medios de comunicación e Internet

**Título emitido por****Unidad didáctica 1. Regulación y códigos deontológicos en publicidad**

- 1.1 Normativa en materia de publicidad y derechos del consumidor.
- 1.2 Diferenciación de conceptos clave
- 1.3 Regulación publicitaria en Internet
- 1.4 Códigos deontológicos en el sector

**Unidad didáctica 2. Diseño del plan de medios y soportes publicitarios**

- 2.1 Plan de medios
- 2.2 Medios, formas y soportes de publicidad y comunicación
- 2.3 Modelos de planes de medios
- 2.4 Criterios de elección de medios y soportes.
- 2.5 Formas específicas de publicidad en Internet.

**Unidad didáctica 3. Ejecución y contratación del plan de medios**

- 3.1 Calendario de inserciones publicitarias
- 3.2 Presupuesto del plan de medios
- 3.3 Ejecución del plan de medios.
- 3.4 Contratación de inserciones y desarrollo de campañas publicitarias.
- 3.5 Cursaje de emisión