

INDICE

Prólogo	5
Cap. 1. La Redacción Publicitaria	9
Anunciar, 10. Medios de comunicación, 11. Publicidad, 11. Publicista, 12. Anunciante, 12. Anuncio publicitario, 13. Informar, 14. Persuadir, 14. Convincente, 14. Convencer, 14. Redactar, 15. Redacción publicitario, 16. Prospecto, 16. Cliente, 16	
Cap. 2. El Anuncio Publicitario	17
El anuncio debe ser ético, 18. El anuncio debe ser mercadológico, 20. El anuncio debe ser creativo, 20. El anuncio debe ser sociológico, 21. El anuncio debe ser financiero, 22	
Cap. 3. Características de los Anuncios	25
Anatomía del anuncio, 27. Cabeza de anuncio. 28. Texto del anuncio, 28. Contenido del anuncio, 30. La ilustración en el anuncio, 33. El pie del anuncio, 35. El logotipo, 35. Elementos del anuncio oral, 36	
Cap. 4. Los Encabezados	39
Funciones del encabezado, 39. Clasificación de los encabezados, 40. Metamorfosis del encabezado, 51. Longitud de los encabezados, 53.	
Cap.5. El Texto Publicitario	55
Diversas clases de texto, 57	
Cap. 6. El Slogan y el Pie	63
El pie, 66	
Cap. 7. El Escrito Publicitario	67
Relación del redactor publicitario con áreas de la agencia de publicidad, 68	
Cap. 8. Creatividad	73
Cap. 9. Estrategia Publicitaria o Creativa	79
Imagen de marca, 81. Posesionamiento (posicionamiento), 83	
Cap. 10. Proceso de la Estrategia Publicitaria en Siete Pasos	89
Paso 1. Defina el producto o el servicio, 89. Paso 2. Defina el mercado objetivo, 90. Paso 3. Analice al consumidor, 93. Paso 4 Analice la promesa básica, 96. Paso 5. Estudie los puntos adicionales de venta, 98. Paso 6. Elija las técnicas que va a aplicar, 99. Paso 7. Defina sus objetivos publicitarios, 100	
Cap 11. Estrategia de Producción	103
Plan para lograr un buen mensaje escrito, 105. Requisitos para una redacción gramaticalmente correcta, 106. Criterios redaccionales y estéticos, 108. Cómo encontrara ideas, 110	
Cap. 12. El Anuncio y los Medios	111
El periódico, 111. Revistas, 117. Redacción para publicidad directa, 122. Los anuncios exteriores, 125. Materiales de punto de venta, 126. La redacción en los medios electrónicos, 127. Redacción radiofónico, 127. Redacción para televisión, 134. Cine, 140. Televisión, 140	
Índice Analítico	143