

## INDICE

Agradecimientos	7
Introducción	9
<b>Parte I.- La que la Publicidad puede hacer por Usted</b>	<b>11</b>
Capítulo 1. Comprender que es la publicidad	13
Capítulo 2. Comercio, consumidor e Internet: ¿Cuál es el apropiado para usted?	25
Capítulo 3. Definir su audiencia, fijar metas y establecer objetivos	41
<b>Parte II.- Tácticas del Plan de Publicidad</b>	
Capítulo 4. Encontrar algo de interés periodismo	53
Capítulo 5. Facilitar su información a las personas adecuadas	69
Capítulo 6. Utilizar el formato adecuado	83
<b>Parte III.- Elementos de un Plan de Publicidad</b>	
Capítulo 7. Escribir un comunicado de prensa impresionante	97
Capítulo 8. Ejemplos de comunicados de prensa	109
Capítulo 9. Redactar cartas artículos que consigan resultados	123
Capítulo 10. Escribir artículos y casos	137
Capítulo 11. Escribir una columna, un artículo de opinión o un anuncio	151
Capítulo 12. Preparar un kit de prensa	163
Capítulo 13. Convocar una rueda de prensa	177
Capítulo 14. Planificar un evento especial	187
Capítulo 15. Patrocinar un evento, grupo o persona	199
<b>Parte IV. Buscar para Ampliar sus Oportunidades de Publicidad</b>	
Capítulo 16. Estar al corriente de cualquier oportunidad	213
Capítulo 17. Utilizar herramientas para conseguir publicidad	223
Capítulo 18. Ser entrevistado	233
Capítulo 19. Prepararse para una entrevista	245
Capítulo 20. Convertirse en un orador público	259
<b>Parte V. Crear y Ejecutar su Plan de Publicidad</b>	<b>271</b>
Capítulo 21. Elaborar su plan de publicidad	273
Capítulo 22. Ejemplos de planes de publicidad	289
Capítulo 23. Utilizar una agencia o poner en marcha su plan usted mismo	305
Capítulo 24. Rastrear los resultados y medir el impacto de su plan	317
Capítulo 25. Poner en práctica lo que ha leído	333
Apéndice A. Hojas de trabajo	347
Apéndice B. Muestra de documentos de publicidad	363