

Índice de contenido

1. Papel de la publicidad y propaganda	7
Papel de la publicidad en la comunicación	8
Papel de la publicidad en la comercialización	11
Papel de la publicidad en la economía	12
Impacto social de la publicidad	13
Participantes clave de la publicidad	16
Tipos de publicidad	18
Evolución de la publicidad	19
2. Mercadeo	22
Fase estratégica	23
Fase táctica	26
Evaluación y control del mercadeo	32
Investigación de mercado	33
Agencias de publicidad	35
3. La publicidad en la mente del consumidor	37
Exposición al mensaje	39
Atención al mensaje	40
Comprensión y aprendizaje	41
4. La audiencia meta	45
Perfil de la audiencia meta	47
Procesos de toma de decisión	49
5. Medios	53
Plan de medios	53
Medios impresos	54
Medios de transmisión electrónica	67
Medios interactivos y alternativos	76

2187

Donación

6. Diseño y producción del anuncio publicitario	81
Texto publicitario	81
Comunicación visual	92
7. Campaña publicitaria	105
Contacto con el cliente	105
Análisis de la competencia	109
Posicionamiento deseado para la marca	110
Creación del mensaje publicitario	111
Búsqueda del lenguaje adecuado	113
Producción de la publicidad	114
Estrategia de difusión	115
8. Promoción de ventas y publicidad	120
Herramientas de la promoción de ventas	121
Promoción y publicidad	121
Programa de promoción de ventas	122
9. Introducción a la propaganda	127
El fenómeno propagandístico en la historia	127
Función de la propaganda	132
Impacto en la opinión pública	139
Tipos de propaganda	142
Contrapropaganda	144
Propaganda y persuasión	144
Técnicas de propaganda	147
Medios de propaganda	148
Publicidad <i>versus</i> propaganda	149
Bibliografía	150