

LA PUBLICIDAD EN CAMPAÑA

SKU: EVOL-3188-VNO-A | **Categorías:** [COMERCIO Y MARKETING](#), [Marketing](#), [Publicidad y Comunicación](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [50](#)

Acreditado por Universidad [SI](#)

Créditos ECTS [2](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

- Estudiar la diferencia entre propaganda, publicidad e información
- Identificar las principales cuestiones legales que afecta a la publicidad política
- Describir las principales características de la publicidad política, sus componentes y los tipos de soportes
- Analizar las principales tendencias en publicidad política

Contenidos

UD1.Propaganda, comunicación y publicidad política

1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA POLÍTICA

2. LA PROPAGANDA

2.1. La propaganda en la comunicación política

2.2. De la propaganda a la publicidad

2.3. La publicidad diferenciada de la información

3. MARCO LEGAL

3.1. Cesión de espacios gratuitos de propaganda electoral en los medios públicos

3.2. Los debates electorales

3.3. La publicidad electoral

3.4. Ojo al futuro más inmediato

4. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

4.1. La importancia del storytelling en los últimos años

UD2.La publicidad política

1. TIPOS DE ANUNCIOS EN PUBLICIDAD POLÍTICA

2. COMPONENTES DE LA PUBLICIDAD POLÍTICA. EL ESLOGAN Y LA MÚSICA

2.1. El eslogan

2.1.1. Cualidades de los eslóganes



- 2.1.2. Características de los eslóganes
- 2.2. La música en campaña electoral
- 2.3. La importancia en color en la publicidad política

3. LOS SOPORTES EN LA PUBLICIDAD POLÍTICA

- 3.1. Carteles y vallas publicitarias
- 3.2. Inserciones en prensa
- 3.3. Inserciones en radio
- 3.4. Inserciones en televisión
- 3.5. El mailing y el correo electrónico
- 3.5.1. El correo electrónico como instrumento de marketing directo
- 3.6. Otros instrumentos publicitarios

UD3.Últimas tendencias en publicidad política

- 1. Introducción
- 2. Twitter en campaña electoral
- 3. Facebook en campaña electoral
- 4. Youtube, entre la publicidad y el infoentretenimiento
- 5. La publicidad a través del smartphone
- 6. Algunos casos recientes
- 7. A modo de conclusión

