Paraninfo

# Medios y soportes de comunicación

**Editorial:** Paraninfo
**Autor:** ADRIANA MARIA IGLESIAS ÁLVAREZ
**Clasificación:** Ciclos Formativos > Comercio y Marketing
**Tamaño:** 21 x 27 cm.
**Páginas:** 152
**ISBN 13:** 9788428341936
**ISBN 10:** 8428341931
**Precio sin IVA:** $ 630.00 Mxn
**Precio con IVA:** $ 630.00 Mxn
**Fecha publicacion:** 30/01/2020

## Sinopsis

**El éxito en el desarrollo y ejecución de un plan de medios publicitario viene determinado por un buen conocimiento de las característicasde los medios y soportes de comunicación.**

Este libro desarrolla los contenidos del módulo profesional deMedios y soportes de comunicación, del Ciclo Formativo de grado superior deMarketing y Publicidad, perteneciente a la familia profesional de Comercio yMarketing.

En la obra se desarrollan los siguientes contenidos:

- Descripción de los distintossoportes publicitarios.
- Formas publicitariasespecíficas en cada uno de los soportes.
- Acceso a diversas fuentes deinformación.
- Legislación vigente enmateria publicitaria.
- Agencias de publicidad ydepartamento de medios.
- Planificación, puesta enmarcha y ejecución de un plan de medios.

• Control de la ejecución yrendición de cuentas.

El contenido teórico se acompaña de numerosos ejemplos, esquemas,imágenes, recuadros con información adicional, actividades, casos prácticosdesarrollados, mapas conceptuales y una serie de actividades finales queayudarán a comprender y afianzar la materia.

La publicidad está en todas partes y, además, se encuentra enconstante cambio. Es por ello que este manual puede resultar de utilidad nosolo a estudiantes, sino también a profesionales del sector que deseenactualizar sus conocimientos. También resultará de interés para cualquierpersona que quiera profundizar en un campo que abarca numerosos aspectos de lavida cotidiana.

**Adriana Iglesias Álvarez** es licenciada en Periodismo y máster enComunicación digital y nuevas narrativas. A lo largo de su trayectoriaprofesional ha desempeñado numerosas tareas relacionadas con la comunicación endiferentes vertientes y a través de diversos soportes.

## Indice

**1.** Descripción de los soportes publicitarios en medios convencionales; **2.** Descripción de los soportes publicitarios en medios no convencionales; **3.** Recopilación de datos para diseñar un plan de medios publicitario; **4.** Normativa publicitaria y malas prácticas; **5.** Agencias de publicidad y preparación del plan de medios; **6.** Preparación del plan de medios: presupuesto y calendario; **7.** Control del plan de medios; **8.** Colaboración en la obtención de información.

**Comercial**
ZONA CENTRO
Norma Amezola
Tf: 52 1 56 2575 0552
E-MAIL: norma.amezola@paraninfo.mx
ZONA NORTE Y SUR
Nancy Ochoa
TF: 52 1 81 8362 1055
nancy.ochoa@paraninfo.mx
ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN
Guadalupe Gallegos
ventas@paraninfo.mx
52 5 52 4992 649