ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Publicidad Institucional y Campañas de Comunicación Pública: Planificación, Contratación y Evaluación

6 ECTS | 150 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Especialízate con el Curso de Formación Permanente en Publicidad Institucional y Campañas de Comunicación Pública: Planificación, Contratación y Evaluación de ICUFOR. En un contexto donde la comunicación entre administraciones públicas y ciudadanía resulta cada vez más determinante, este programa te capacitará para diseñar, gestionar y evaluar campañas institucionales con rigor técnico y pleno cumplimiento normativo. Dominarás las claves de una disciplina estratégica que conecta el servicio público con los principios de transparencia, eficacia y responsabilidad democrática.

Duración
150 horas

Créditos
6 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos conceptuales de la publicidad institucional y la comunicación pública, diferenciándolas de la publicidad comercial, la comunicación política y la propaganda.

Dominar el marco jurídico y normativo aplicable a la publicidad institucional, identificando las obligaciones legales, prohibiciones, limitaciones y mecanismos de fiscalización vigentes.

Diseñar la planificación estratégica de campañas de comunicación institucional, aplicando técnicas de análisis del entorno, segmentación de públicos y formulación de objetivos comunicativos.

Conocer los procesos de desarrollo creativo y producción de contenidos para campañas públicas, integrando criterios de accesibilidad, inclusión y rigor ético en cada fase.

Elaborar planes de medios para campañas institucionales, seleccionando soportes convencionales y digitales conforme a criterios de cobertura, afinidad y equidad territorial.

Aplicar los procedimientos de contratación pública y gestión presupuestaria en materia publicitaria, dominando la preparación de pliegos, la adjudicación de servicios y el control del gasto.

Implementar estrategias de comunicación digital y gestión de redes sociales institucionales, incorporando herramientas de analítica, inteligencia artificial y protocolos de gestión de crisis en entornos online.

Desarrollar sistemas de evaluación de campañas institucionales, utilizando indicadores y metodologías de investigación orientados a la rendición de cuentas, la responsabilidad ética y la mejora continua.

Temario

01 Fundamentos conceptuales y contexto de la publicidad institucional y la comunicación pública

1.1. Delimitación conceptual de la publicidad institucional: definición, naturaleza y diferencias con la publicidad comercial, la comunicación política y la propaganda
1.2. Evolución histórica de la comunicación pública y la publicidad de las administraciones
1.3. Funciones y finalidades de la publicidad institucional en el marco democrático
1.4. Tipología de campañas de comunicación pública según su objeto, finalidad y alcance territorial
1.5. Principios rectores y actores de la comunicación pública institucional

Temario

02 Marco jurídico y normativo de la publicidad institucional

2.1. La Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional: estructura, objeto y ámbito de aplicación
2.2. Normativa autonómica en materia de publicidad institucional: panorama comparado y principales divergencias
2.3. Regulación europea y directrices internacionales aplicables a la comunicación pública
2.4. Normativa sobre transparencia y acceso a la información pública vinculada a la actividad publicitaria
2.5. Marco normativo de protección de datos personales en campañas de comunicación pública
2.6. Régimen sancionador y mecanismos de fiscalización del gasto publicitario institucional

Temario

03 Planificación estratégica de campañas de comunicación institucional

3.1. El proceso de planificación estratégica: fases, metodología y documentos clave
3.2. Análisis del contexto comunicativo: diagnóstico de la situación social, política y mediática
3.3. Definición de objetivos de comunicación: formulación, jerarquización y alineación con las políticas públicas
3.4. Identificación, segmentación y caracterización de los públicos destinatarios de las campañas
3.5. Diseño de la estrategia de comunicación: mensajes clave, posicionamiento y tono institucional
3.6. Elaboración del Plan de Publicidad y Comunicación Institucional: estructura, contenidos obligatorios y procedimientos de aprobación
3.7. Integración de la perspectiva de género, accesibilidad e inclusión en la planificación de campañas
3.8. Cronograma, asignación presupuestaria y cuadro de mando para el seguimiento estratégico

Temario

04 Desarrollo creativo y producción de contenidos para campañas públicas

4.1. El briefing creativo institucional: elaboración, componentes y criterios de calidad
4.2. Estrategia creativa en el ámbito público: particularidades, condicionantes y límites éticos
4.3. Desarrollo de conceptos creativos, líneas visuales y narrativas para campañas institucionales
4.4. Producción de contenidos audiovisuales para campañas institucionales
4.5. Producción de materiales gráficos, editoriales y de cartelería institucional
4.6. Adaptación de contenidos creativos a los diferentes canales, soportes y formatos de difusión
4.7. Propiedad intelectual, derechos de imagen y cesión de derechos en la producción de campañas públicas

Temario

05 Planificación de medios y selección de soportes en la publicidad institucional

5.1. Fundamentos de la planificación de medios aplicada al sector público: objetivos de cobertura, frecuencia y afinidad
5.2. Medios convencionales para la difusión de campañas institucionales
5.3. Medios digitales y plataformas online en la planificación de campañas institucionales
5.4. Medios propios de la administración
5.5. Criterios de distribución territorial y equidad en la inversión publicitaria: pluralismo informativo, atención a medios locales, comunitarios y en lenguas cooficiales
5.6. Elaboración del plan de medios: negociación, optimización y seguimiento

Temario

06 Contratación pública de servicios de publicidad y comunicación

6.1. La contratación de servicios publicitarios en el marco de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público
6.2. Preparación y diseño de los pliegos de prescripciones técnicas para campañas de comunicación
6.3. Pliegos de cláusulas administrativas particulares: condiciones económicas, plazos y penalizaciones
6.4. Procedimientos de adjudicación aplicables a campañas de comunicación pública
6.5. Criterios de valoración de ofertas en licitaciones de servicios publicitarios
6.6. Ejecución, supervisión y seguimiento de contratos de publicidad institucional
6.7. Modificación, extinción de contratos y resolución de controversias en materia publicitaria
6.8. Acuerdos marco y sistemas dinámicos de adquisición para la centralización de la contratación publicitaria

Temario

07 Gestión presupuestaria y control del gasto en publicidad institucional

7.1. El presupuesto de publicidad institucional: estructura, clasificación funcional y límites legales
7.2. Procedimientos de autorización, compromiso y ejecución del gasto publicitario en las administraciones públicas
7.3. Distribución eficiente de la inversión publicitaria: criterios y herramientas de optimización
7.4. Fiscalización interna y externa del gasto en publicidad institucional
7.5. Transparencia presupuestaria y rendición de cuentas: publicación de datos de inversión, adjudicaciones y distribución entre medios

Temario

08 Comunicación digital, redes sociales y nuevas tecnologías en la comunicación pública

8.1. Transformación digital de la comunicación institucional: nuevos paradigmas y desafíos
8.2. Estrategia de comunicación digital integrada para instituciones públicas
8.3. Gestión estratégica de redes sociales institucionales
8.4. Publicidad digital de pago en campañas institucionales: formatos, segmentación y optimización
8.5. Gestión de crisis comunicativas en entornos digitales
8.6. Inteligencia artificial, automatización y tecnologías emergentes aplicadas a la comunicación pública
8.7. Analítica digital: métricas, indicadores clave de rendimiento y cuadros de mando para campañas online

Temario

09 Evaluación de campañas de comunicación institucional: metodologías, indicadores y rendición de cuentas

9.1. Marco conceptual y funciones de la evaluación en la publicidad institucional
9.2. Diseño del plan de evaluación: definición de indicadores, fuentes de información y cronograma
9.3. Metodologías de investigación cuantitativa para la evaluación de campañas institucionales
9.4. Metodologías de investigación cualitativa aplicadas a la evaluación de la comunicación pública
9.5. Elaboración del informe de evaluación: estructura, análisis de resultados y formulación de recomendaciones
9.6. Integración de los resultados de evaluación en la mejora continua de la planificación de futuras campañas
9.7. Rendición de cuentas ante órganos de control, parlamentos y ciudadanía

Temario

10 Ética, responsabilidad social y tendencias de futuro en la publicidad institucional

10.1. Dimensión ética de la publicidad institucional: principios, dilemas y códigos de buenas prácticas
10.2. Responsabilidad social y medioambiental de las administraciones en su actividad publicitaria
10.3. Comunicación institucional en contextos de emergencia y crisis sanitarias, sociales o medioambientales
10.4. Tendencias de futuro y prospectiva: hacia un modelo integral de comunicación pública institucional

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 6 créditos ECTS y 150 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06
Contenidos actualizados
Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07
El curso, por escrito
Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08
Autónomo, pero acompañado
Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09
Enseñanza adaptada
Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10
Estudio sencillo e intuitivo
Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

