

## CURSO

# Compra de Marketing y Publicidad

TELEPRESENCIAL: 4, 5, 11 y 12 de noviembre de 2026

### OBJETIVOS

- Conocer más en profundidad las necesidades de las áreas de Marketing desde la perspectiva del comprador.
- Definir procesos eficaces de compras que se puedan alinear con el *time to market* de la comunicación empresarial.
- Descubrir y potenciar las capacidades del comprador en este entorno.
- Aprender a aplicar estrategias eficaces de negociación alineadas con las necesidades del responsable de Marketing.
- Analizar tipos de proveedores, servicios, modelos de remuneración, riesgos, etc.
- Compartir buenas prácticas y analizar las poco positivas o inadecuadas.

### PONENTE

**Francisco Javier López-Nuñez Hoyo**

Profesional de Compras, ha desarrollado su carrera profesional en empresas multinacionales como Orange y BBVA, especialista global en negociaciones de compras con clara orientación a la satisfacción del área cliente y la consecución de los objetivos marcados.

### PROGRAMA

1. Introducción al curso. Presentación y objetivos.
2. ¿Qué incluyen las 'compras' de Marketing y Publicidad?
  - Alcance: Servicios y suministros
  - La categorización de las compras de Marketing
  - Particularidades, similitudes y diferencias con otras compras
  - La relación entre las áreas de Compras y Marketing
  - La creación de una 'cultura' de Compras en la empresa
3. Peculiaridades de las áreas de Marketing
  - Características del comprador de Marketing. Capacidades y áreas de desarrollo.
  - El valor añadido del comprador de Marketing. Liderazgo interno y externo. Sensibilidad y orientación al cliente.
4. Proveedores y actores principales del proceso de compras de Marketing
  - Introducción a las áreas y servicios de Marketing
  - El mercado de proveedores
  - Proveedores directos e indirectos
  - Las agencias. ¿proveedores o colaboradores?
5. El proceso general de Compras de Marketing
  - Modelos de gestión en las empresas
  - Esquema general
  - Fases del proceso: preparación, responsables, negociación y toma de decisiones
  - Las compras de marketing en organismos públicos
  - Procedimientos abreviados
6. La evolución de las Compras de Marketing
  - Homologación y gestión de proveedores y control de riesgos (*Supplier Relationship Management* y TVO)
  - La innovación de las compras de Marketing: tratamiento de datos, automatización de tareas, uso de herramientas, etc.
  - Estrategias de selección y negociación
  - Nuevas metodologías de organización y gestión. Su adaptación al mundo de las compras de Marketing
7. Modelos de remuneración en el mundo del Marketing
  - ¿Cómo se mide la creatividad?

- Tipos de modelos retributivos: fijos y variables. Remuneración de servicios y suministros
  - La remuneración de los diferentes tipos de agencias (BTL, ATL, Medios, MR, Eventos, etc.). Peculiaridades, ventajas e inconvenientes.
  - Agencias digitales: Modelos por éxito.
  - Bonus y malus: la medición de la calidad y su seguimiento.
  - Caso práctico: Exposición y coloquio: ¿Se debe remunerar a las agencias por la participación en concursos?
8. El día a día del Departamento de Compras en el entorno del Marketing Digital
- El marketing digital ha revolucionado la forma de entender el Marketing
  - Unidades de medida en medios off-line i online
  - Compras como partner del área
  - La duración de las relaciones con los proveedores: estabilidad vs competencia
  - Dispersión de proveedores vs Concentración de proveedores
  - Dependencia confidencialidad. La lucha contra la mala praxis
  - Oportunidades para proveedores alternativos en nichos de actividad (branded content, compra programática, nuevas tendencias, etc.)
  - Cláusulas de transparencia e informes de empresas externas

#### HORARIO DE LAS CLASES

**Telepresencial:** de 15:30 a 19:00 horas.

#### LUGAR DE CELEBRACIÓN

**Telepresencial:** Campus virtual de AERCE.

#### BONIFICABLE PARCIALMENTE A TRAVÉS DEL SISTEMA DE FINANCIACIÓN DE LA FORMACIÓN CONTINUA

AERCE no realiza los trámites para gestionar la bonificación.

#### CONDICIONES DE INSCRIPCIÓN

- No Asociados: 950€ + IVA.

- Descuentos del 20% para profesionales y empresas asociadas a AERCE:

*(Nota: Aplicable únicamente para asociados del plan vigente de cuotas, que corresponde a altas y actualizaciones de cuota posteriores a 1-1-2017).*

- Descuento de un 10% para las segundas y sucesivas inscripciones.

- Descuento por inscripción y pago anticipado: descuento del 5% en aquellas inscripciones recibidas y abonadas con una antelación mínima de un mes respecto al inicio del curso.

- Este curso tiene plazas limitadas.

- El precio incluye la documentación.

- Cancelación: para tener derecho al reintegro total del importe desembolsado de la inscripción al Curso, se debe comunicar a AERCE como mínimo 10 días laborables antes del inicio del mismo. Si se comunica la no asistencia al curso entre los 10 y 2 días laborables antes del inicio del mismo, se penaliza con el 50% del importe desembolsado. Si se comunica la no asistencia a la actividad 2 días laborables antes de la fecha de inicio del curso, tendrá una penalización del 100% del importe desembolsado. Las cancelaciones una vez iniciada la actividad, no tendrá derecho a devolución alguna.

- Se admite la sustitución de la persona inscrita por otra de la misma empresa.

- AERCE se reserva el derecho de modificar o anular la fecha del curso. AERCE no se hace responsable de los gastos incurridos en desplazamiento y alojamiento contratado por el asistente.

#### RESERVAS

 93 453 2580

 [formacion@aerce.org](mailto:formacion@aerce.org)

 [www.aerce.org](http://www.aerce.org)