



CD DLR 334

*Universidad Provincial del Sudoeste
Consejo Directivo*



BAHÍA BLANCA, 05 OCT 2016

VISTO el Asunto DLR N° 71/16 por el que el Decano de la Facultad de Desarrollo Local y Regional eleva la propuesta del Docente responsable respecto al Programa de la materia "Publicidad" (cód. 180), y;

CONSIDERANDO:

Que el Docente responsable de la confección del Programa, el Lic. Mauricio Ariel PERÍN, ha elevado su propuesta conforme a lo exigido por la normativa pertinente para el caso;

Que asimismo, se ha propuesto como docente colaborador al Téc. David Matías MOLLER, quien participó en la confección del mencionado Programa;

Que no existen objeciones que realizar sobre los contenidos del Programa propuesto;

Que el presente Asunto ha sido tratado y aprobado en la sesión de CD del día 05 de octubre de 2016;

Que por las atribuciones conferidas por el artículo 66º del Estatuto de la UPSO le corresponde a este Consejo Directivo dictar el correspondiente Acto Administrativo;

Por ello,

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD
DE DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL**

RESUELVE

ARTICULO 1º Aprobar el Programa de la asignatura "Publicidad" (cód. 180), según la versión que se agrega y forma parte de la presente.

UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

CD DLR 334

FOLIO Nº 1/6
9

FACULTAD: DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL

05 OCT 2016

PROGRAMA DE: PUBLICIDAD

CÓDIGO: 180

HORAS DE CLASE				DOCENTE RESPONSABLE
TEÓRICAS		PRÁCTICAS		Lic. PERÍN, Mauricio
p/semana	p/cuatrim.	p/semana	p/cuatrim.	DOCENTES COLABORADORES
4 hs.	64 hs.	2 hs.	32 hs.	Tec. David Matías MOLLER

DESCRIPCIÓN:

Este espacio curricular propone introducir a los/las estudiantes de la carrera "Diplomatura Universitaria en Técnicas Audiovisuales" en el mundo de la Publicidad. Estudiar las motivaciones que impulsan a realizar campañas, y analizar qué acciones y estrategias se utilizan o deben ser aplicadas para generar una publicidad beneficiosa para los consumidores, como para las empresas u otras organizaciones que ofrecen este servicio en el mercado actual.

A lo largo de la cursada se desarrollarán teóricamente conceptos que permitirán desarrollar análisis críticos de los productos publicitarios. Así mismo los estudiantes podrán adquirir conocimientos sobre técnicas de planeamiento publicitario y análisis de mercados para producir contenidos efectivos. Como está relacionada con la producción de medios audiovisuales, en el cuatrimestre los alumnos tendrán los conocimientos para entender cómo se realiza una campaña publicitaria en medios y producir un comercial en T.V., en radio, en prensa, internet, PLV, Exterior, etc.

El ejercicio de la comunicación publicitaria entraña un permanente y excitante desafío creativo, una constante incitación al talento, la disciplina y la imaginación, en fin una gratificación que muy pocas profesiones pueden ofrecer.

[Handwritten signatures and initials on the right margin]

Vigencia años:	2016
----------------	------

UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

FOLIO 2/
6

FACULTAD: DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL

CD DLR

334

NO

PROGRAMA DE: PUBLICIDAD

05 OCT 2016

CÓDIGO: 180

PROGRAMA SINTÉTICO:

UNIDAD I: Presentación de la materia. Historia de la publicidad y el mensaje publicitario

UNIDAD II: Concepto de publicidad. Funciones y objetivos. Tipos. Elementos de la publicidad. La propaganda.

UNIDAD III: La agencia de publicidad y otros servicios creativos. Retórica Publicitaria. Lenguaje.

UNIDAD IV: Roles de la publicidad y responsabilidad en la creación de mensajes y representaciones.

UNIDAD V: Los receptores: mercados y consumidores.

UNIDAD VI: Marketing, estrategia y publicidad.

UNIDAD VII: La creatividad y la producción: Creación del texto publicitario. Recursos retóricos aplicados.

UNIDAD VIII: Medios masivos de comunicación: Definición. La radio, la tv, la prensa, cine, internet, PLV, etc.

UNIDAD IX: Plan de Medios. La revolución publicitaria actual.

Vigencia años:

2016

[Handwritten signatures and initials on the right margin]

FACULTAD: DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL 5 OCT 2016

PROGRAMA DE: PUBLICIDAD

CÓDIGO: 180

PROGRAMA ANALÍTICO:**UNIDAD I: Presentación de la materia**

1. Test inicial para conocer al alumno.
2. Trabajo de indagación sobre los conocimientos previos de publicidad.
3. El trabajo interdisciplinario de la publicidad. Línea de Tiempo.
4. Historia de la publicidad. Antecedentes de la publicidad. El surgimiento de la publicidad en la sociedad de consumo. Los pioneros de la publicidad. El mensaje publicitario.

UNIDAD II: Concepto de publicidad

1. Su aparición en diversos formatos, su influencia en los mensajes políticos.
2. La diferencia con la propaganda. Tipos de publicidad. Elementos. Objetivos y funciones.
3. Áreas de la publicidad. Disciplinas de la publicidad.

UNIDAD III: La Agencia de Publicidad

1. Orígenes. Una agencia de servicio completo.
2. Las agencias de casa o Agencias Internas. Agencias a la carta, boutiques creativas, servicios de compras de medios. Tipos.

UNIDAD IV: Roles de la publicidad

1. La publicidad como herramienta de comunicación.
2. El rol de la representación en las publicidades actuales, el comportamiento ético del publicista.
3. El planeamiento en publicidad. El trabajo interdisciplinario. Preguntas esenciales.
4. Modelo básico de una publicidad eficaz. Formula AIDA.

UNIDAD V: Los receptores: mercados y consumidores

1. Segmentación mediante técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa.
2. Target. Publico meta.
3. La situación receptora. Alcance geográfico.

UNIDAD VI: Marketing, estrategia y publicidad

1. Desarrollo de conceptos. Trabajo integrado para potenciar el mensaje publicitario.
2. Áreas del MKTG. Precio. Producto. Distribución. Comunicación.
3. El Mercado. La Investigación. La Planificación.

UNIDAD VII: Retórica de la imagen. La creatividad y la producción

1. Retórica de la imagen. Aplicación en lenguaje.
2. Creación del texto publicitario: ¿Se puede aprender la creatividad? Concepto Creativo. Técnicas de creación.
3. Briefing. Brief como herramienta para conocer los intereses comunicacionales de la marca.
4. Estructura. Slogan. Lema.
5. El diseñador audiovisual y la creación publicitaria. Dirección creativa.

Vigencia años: 2016

FACULTAD: DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL

05 OCT 2016

PROGRAMA DE: PUBLICIDAD

CÓDIGO: 180

UNIDAD VIII: Medios Audiovisuales

1. Definición y antecedentes. La Prensa, la T.V., la Radio, PLV, el Cine y el PExterior.
2. Costos y beneficios de cada medio masivo. El desarrollo integrado de campañas publicitarias.
3. La especificidad en la comunicación de cada medio.
4. Internet: Los medios digitales actor primario en la publicidad actual.

UNIDAD IX: Plan de Medios

1. El nuevo reto de la publicidad.
2. Estadísticas publicitarias mundiales, latinoamericanas y regionales.
3. Comodato: concepto. Características. Efectos.
4. Cierre de año. Glosario y resumen.

[Handwritten signatures and initials on the right margin]

Vigencia años: 2016

PROGRAMA DE: PUBLICIDAD

CÓDIGO: 180

BIBLIOGRAFÍA:

- Borrini, Alberto (2012). Publicidad, Diseño y Empresa. España. Ediciones Infinito.
- Costa & Moles (2000). Publicidad y Diseño. El nuevo reto de la comunicación. Ediciones Infinito.
- Frascara, Jorge (2004). El Poder de la Imagen. Ediciones Infinito.
- Frascara, Jorge (2010). Diseño Gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social. Buenos Aires, Argentina. E. Infinito.
- Klein, Naomi (2001). No Logo. El poder de las marcas. Paidós, Barcelona.
- Pastor, Fernando (2006). Técnico en Publicidad. Madrid. España. Ed. Cultural S.A.
- Ráfols & Colomer (2009). Diseño Audiovisual. España. GG Diseño.
- Roig, Fernando (2011). La estrategia creativa. Infinito.
- Russell, J. T. & Lane, W. R. (1995). Manual de Publicidad Kleppner (12a.e.d.). Mexico. PHH Prentice Hall.
- Satué, Enric (1988). El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días. (4a.e.d.). Madrid, España. Alianza Editorial.
- Stanton, W. ; Etzel, M. & Walker, B. (2007). Fundamentos de Marketing (14a.e.d.). México, D.F. MGH Interamericana.

Material y textos del docente adaptados para la materia. Material audiovisual. Internet.

Vigencia años:

2016

UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

CD DLR

34

FOLIO 6

14

FACULTAD: DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL

PROGRAMA DE: PUBLICIDAD

5 OCT 2016

CÓDIGO: 180

DOCENTE RESPONSABLE

FIRMA

Lic. Perín, Mauricio

DOCENTES COLABORADORES

Tec. Moller, David Matías

VISADO

DECANO DE FACULTAD

SECRETARIO GENERAL ACADÉMICO/
DIRECTOR DE COORDINACION
EDUCATIVA

Mg. GONZALO SEMILLA
DECANO
FACULTAD DE DESARROLLO
LOCAL Y REGIONAL
UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

Lic. MARIA CLAUDIA DIETZ
DIRECTORA COORD. EDUCATIVA
UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

FECHA:

05-10-2016

RESOLUCION:

CD DLR N° 334/16

FECHA:

Vigencia años:

2016