

CURSO TECNICO EN COMUNICACIÓN SOCIAL
Universidad del Trabajo del Uruguay
Programa de Estudios

Asignatura: Publicidad
Curso: Taller Opción Publicidad 2do. Año.

Objetivo General:

El alumno se desempeñará técnicamente en el ámbito de la comunicación publicitaria.

Objetivos Específicos:

El educando adquirirá las herramientas prácticas para la creación y la ejecución de la campaña publicitaria.

Los talleristas se desenvolverán en todos y cada uno de los quehaceres reales y cotidianos de una agencia de publicidad.

Los alumnos competirán entre si con sus trabajos tal cual la realidad del futuro medio laboral.

Recursos Humanos:

Dos docentes y la participación específica de diferentes profesionales de la publicidad (ejecutivos de cuenta, psicólogos motivacionales, redactores creativos, diseñadores gráficos, ilustradores, planificadores de medios, gestores de medios, realizadores, editores, locutores, productores de audio, músicos publicitarios, etc.)

Recursos Materiales:

Pizarrón, retroproyector, televisor, video, computadora y equipo de audio.

Evaluación:


Esta se subdivide en:

- a) Auto-evaluación grupal de los diferentes trabajos realizados.
- b) Evaluación docente a partir de la idea de que estos se constituirán como posibles anunciantes calificando los trabajos desde la perspectiva de su validez como comunicación comercial.
- c) Evaluación tradicional docente mediante la tabla de calificación de un trabajo anual (campaña publicitaria completa) el que se sub dividirá en 3 módulos con entregas de control y monitoreo permanente.

Contenido:

Bolilla 1 Contacto con el anunciante y el briefing

Bolilla 2 El copy strategy

 Bolilla 3 Creatividad de anuncios

3.1 Avisos para prensa, semanarios y revistas

3.2 Cuñas de radio

3.3 Guiones para televisión

3.4 Textos para folletería y mailing

3.5 Anuncios para vía pública

Bolilla 4 Planificación y gestión de medios

 Bolilla 5 Presupuestación

Bolilla 6 Presentación de campaña