

ANEP

CONSEJO DE EDUCACION
TECNICO-PROFESIONAL
(Universidad del Trabajo
del Uruguay)

BOLILLA 11 - LAS OTRAS SECCIONES INFORMATIVAS Y PUBLICACIONES

- Lo internacional
- Lo nacional
- Las conferencias de prensa
- Los comunicados
- Los remitidos
- Avisos que son noticias

PROGRAMA 1ER. AÑO - PUBLICIDAD

BOLILLA I - INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD

- 1.1.- La publicidad y la humanidad
- 1.2.- Objetivos y funciones de la comunicación publicitaria
- 1.3.- Paradigma comunicacional: la unidireccionalidad de la comunicación publicitaria

BOLILLA II - ANTECEDENTES DE LA PUBLICIDAD

- 2.1.- Orígenes y evolución
- 2.2.- La publicidad en la comunicación social
- 2.3.- Publicidad: consecuencia de una necesidad que existe y que el Hombre descubre a medida que avanza

BOLLILLA III - LA PSICOLOGIA EN LA PUBLICIDAD

- 3.1.- El receptor de la comunicación publicitaria
- 3.2.- Teorías y modelos psicológicos aplicables al estudio del receptor-consumidor
- 3.3.- Determinantes psicológicos del comportamiento de compra
- 3.4.- La motivación
- 3.5.- El estudio cualitativo del mercado

BOLILLA IV - LA AGENCIA

- .1.- Estructura de la agencia de publicidad
- .2.- Función de la agencia de publicidad
- .3.- Tratamiento del problema comunicacional dentro del plan general de marketing

BOLILLA V - LOS MEDIOS .

- 5.1.- Concepto y función de los medios publicitarios
- 5.2.- Particularidades de cada medio
- 5.3.- Estrategia de medios: selección, ubicación y pauta

BOLILLA VI - EL PRODUCTO Y SU POSICION EN EL MERCADO

- 6.1.- Imagen de marca
- 6.2.- Concepto de posicionamiento
- 6.3.- Estrategia de posicionamiento
- 6.4.- El target group
- 6.5.- Personalidad pública

BOLILLA VII - PARTICULARIDADES DE LOS MENSAJES PUBLICITARIOS EN CADA MEDIO

- 7.1.- Gráfica: el texto y su estructura
- 7.2.- Iconografía publicitaria
- 7.3.- La radio y el universo sonoro
- 7.4.- La televisión: recursos audiovisuales
- 7.5.- El guión: literario, técnico y story board
- 7.6.- Pre-producción, producción y post-producción.
- 7.7.- De la idea original: producción y realización

BIBLIOGRAFIA BASICA

KLEPPNER, OTTO - Publicidad

Ed. Prentice Hall, Hispanoamérica S.A. México, 1986.

ANEP

CONSEJO DE EDUCACION
TECNICO-PROFESIONAL
(Universidades del Trabajo
del Uruguay)

DOUGLAS, TORIN - Guía completa de la publicidad.

Ed. Hermann Blume. España, 1986.

OGILVY, DAVID - Confesiones de un publicista

Ed. Mc. Graw Hill. México, 1969.

OGILVY, DAVID - Ogilvy y la publicidad

Ed. Folio. Madrid, 1984

LORENTE, JOAQUIN - Casi todo lo que sé sobre publicidad.

Ed. Folio. Madrid 1986.

BENN, ALEC - Los 27 errores más comunes de la Publicidad. Ed.

NORMA, COLOMBIA - 1986

AAKER, D. y MYERS, J. - Management de la publicidad (T.1).

Ed. Hispano Europea. Barcelona, 1984.

LEDUC R. - Principios y práctica de la publicidad

Ed. Grafman. Bilbao, 1986

TROUT, JACK y RIES, AL - La batalla por la mente

Ed. Mc. Graw Hill. México, 1972

TROUT, JACK y RIES, AL - La guerra de la mercadotecnia

Ed. Mc. Graw Hill. México, 1986

F.C.U. - Fichas 15, 17 y 18

Material de apoyo de Ciencias de la Comunicación (Universidad de
la República) Montevideo, 1989

CLARCK, ERIC - Los creadores del consumo.

Ed. Sudamericana. Buenos Aires, 1988

MONTEVERDE, FELIPE - Asteriscos publicitarios.

Ed. Monteverde y Cia. Montevideo, 1944

BLOCK DE BEHAR, LISA - El lenguaje de la publicidad.