



1. INFORMACIÓN DEL CURSO

Nombre: PUBLICIDAD AVANZADA	Número de créditos: 8	Prerrequisitos: Ninguno
Departamento: administrativo contable	Tipo: Presencial	Nivel: OPTATIVA ABIERTA
Horas teoría: 48	Horas práctica: 32	Total de horas por cada semestre: 80

2. DESCRIPCIÓN

Objetivo general

QUE EL ALUMNO IDENTIFIQUE LOS ELEMENTOS FUNDAMENTALES DEL PROCESO DE LA PUBLICIDAD Y SU APLICACIÓN.

Contenido temático sintético

LA AGENCIA DE PUBLICIDAD
PRODUCCIÓN DEL ANUNCIO IMPRESO
PRODUCCIÓN DEL ANUNCIO DE T.V.
PRODUCCIÓN DEL ANUNCIO DE RADIO
¿CÓMO ELABORAR UN PLAN DE MEDIOS?
FUENTES DE INFORMACIÓN Y ANÁLISIS FUENTES CREATIVAS
FUENTES DE LOS MEDIOS
OBJETIVOS DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA
ESTRATEGIAS

Modalidades de enseñanza aprendizaje

Curso

Modalidad de evaluación

Resolución de exámenes.
Tareas.
Proyectos.

Competencia a desarrollar

Conocer, fundamentar y aplicar estrategias de publicidad

Campo de aplicación profesional

agencias de publicidad y medios.

3. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- 1. PUBLICIDAD, PRINCIPIOS Y PRÁCTICAS. WELLS BURNETT MORIATY (PRENTICE HALL)
- 1. PUBLICIDAD. OTTO KLEPPNER'S RUSSELL VERRIL (PRENTICE HALL)
- 2. PUBLICIDAD GUÍA PARA EJECUTIVOS DE MARKETING. NORMA A. HAAT. (MC GRAW HILL)
- 3. LOS 27 ERRORES MÁS COMUNES EN LA PUBLICIDAD. ALEC BENN, NORMA A.
- 4. COMO HACER PUBLICIDAD, UN ENFOQUE TEÓRICO-PRÁCTICO, ROMEO FIGUEROA, (PEARSON)
- 5. PUBLICIDAD, KLEPNER, THOMAS RUSSELL (PEARSON)

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

