

Internet como soporte publicitario - Comunicación Publicitaria

Este curso forma al alumno en la comunicación, como un elemento de las acciones publicitarias, se estudian los Instrumentos y las distintas características del mundo publicitario, así como también se muestran las diferentes maneras existentes en el mundo online para lograr la emisión de un mensaje correcto y llamativo.

Actualmente tener presencia e impactar en la web es una necesidad para todo tipo de empresas y proyectos. Por ello es necesario saber tomar las decisiones sobre presencia e imagen en la web, comunicaciones de las organizaciones con sus usuarios, clientes y un espacio para el marketing 2.0.

MODALIDAD: Curso online autoasistido. A través de nuestro campus virtual acNOVA. Material en Audio, video y documentación disponible 24 hs al día. Descarga de Documentos, lecciones, ejercicios, foros temáticos, red social con la comunidad para interactuar con alumnos y especialistas. Videoconferencias programadas a partir de abril, para todos los alumnos, no importa cuándo realizaste el curso.

CERTIFICACIÓN: Fundesco brinda una constancia de tu participación en el curso.

OBJETIVOS

Que los participantes de este curso obtengan las habilidades necesarias para crear mensajes publicitarios correctos e impactantes al fin de obtener exitosas publicidades, en este nuevo mundo de Publicidad vía internet que evolucionó la manera de hacer negocios. Actualmente tener presencia e impactar en la web es una necesidad para todo tipo de empresas y proyectos. Por ello es necesario saber tomar las decisiones sobre presencia e imagen en la web, comunicaciones de las organizaciones con sus usuarios, clientes y un espacio para el marketing 2.0.

CONTENIDO

Módulo 1-Clase 1: “Introducción comunicación publicitaria”

1.La comunicación

- Que es la comunicación
- Componentes.

2.El proceso de comunicación.

- E-R Básico.
- Quién.
- Qué dice?
- Por cual canal?
- A quién y con qué efecto.
- Esquema completo de comunicación simple.
- La verdad es lo que se interpreta

3. Realice la autoevaluación correspondiente a la Clase 1

MODULO 1 - Clase 2 - Factores que influyen en la mala comunicación

1. Factores que influyen a la mala comunicación.

- Físicos .
- Ideológicos.
- Sociales.
- De codificación.
- Técnicos.

- Culturales.
2. Ruidos en el proceso comunicacional.
 3. Realice la autoevaluación correspondiente a la Clase 2

MODULO 1 - Clase 3 - Ruidos de emisión y ruidos de recepción

1. Los ruidos de emisión:
 - Ruidos de concepción
 - Ruidos de propagación.
2. Ruidos de recepción
 - Ruidos de comprensión
 - Ruidos de asimilación
2. Esquema final de comunicación.
3. Realice la autoevaluación correspondiente a la Clase 3

MODULO 1 - Clase 4 - Comunicación Publicitaria

1. Comunicación publicitaria.
 - Especialidad.
 - Objetivos y características.
 - Objetivo publicitario.
 - Masiva.
 - Unidireccional.
 - Persuasiva.
2. Diferencias entre comunicación simple y publicitaria.
 - Emisor doble.
 - Disminución de ruidos.
 - Otras características.
3. Comunicación o Publicidad?
 - Comunicación impersonal.
 - Contenido.
 - Rasgos convenientes.
 - Conclusión.
 - Ejemplos publicitarios.
 - Video de Mama Lucchetti
3. Realice la autoevaluación correspondiente al módulo 1 -Clase 4

MODULO 2 - Clase 1 - Navegando por el mundo publicitario

1. Navegando por el mundo publicitario.
2. Qué es la publicidad.
 - Distintas definiciones
 - Concepto.
3. Qué es la propaganda
 - Concepto

- Tipos de propaganda.
- Política.
- Religión
- bien público.

4. Publicidad Vs Propaganda.

- Propaganda: Características y ejemplos.
- Publicidad: Características y ejemplos.
- Conclusión

5. Realice la autoevaluación correspondiente al módulo 2 -Clase 1

MODULO 2 - Clase 2 - Objetivos publicitarios

1. Objetivos centrales y características.

- Específicos.
- Cuantificables.
- Definidos en el tiempo.
- Delimitados a un mercado.
- Conclusión.

2. Funciones publicitaria.

3. Tipos de Funciones.

- Función creativa. Concepto y ejemplos
- Función conservadora. Concepto y ejemplos
- Función económica/financiadora. Concepto y ejemplos
- Función estereotipada. Concepto y ejemplos
- Función desproblematizadora. Concepto y ejemplos
- Función socializadora. Concepto y ejemplos
- Función sustitutiva. Concepto y ejemplos
- Función informativa y educativa. Concepto y ejemplos

4. Propuesta.

5. Realice la autoevaluación correspondiente al módulo 2 -Clase 2

MODULO 2 - Clase 3 - Tipología Publicitaria

1. Tipología publicitaria.

2. Tipos de publicidad.

- Audiencia Meta. Concepto y característica
- Por zona geográfica. Concepto .Sus divisiones
- Por medio. Concepto .Sus divisiones
- Según el propósito del mensaje
 - Publicidad de productos. Características .Ejemplos
 - Publicidad de reconocimiento. Características .Ejemplos
 - Publicidad institucional o corporativa. Características .Ejemplos
 - Publicidad orientada a la acción directa. Características .Ejemplos
 - Publicidad subliminal. Características. Ejemplos

- Publicidad de recordación. Características. Ejemplos

3. Realice la autoevaluación correspondiente al módulo 2 -Clase 3

MODULO 2 - Clase 4 - Mensaje Publicitario, componentes y estilos

1. Mensajes publicitarios.

2. Características publicitarias.

- Realista.
- Interesante.
- Entendible.
- Persuasivo.
- Duradero
- Conclusión.

3. Componentes publicitarios.

- Verbal
- Brevedad.
- Simpleza.
- Brillo.
- Resumen.
- Visual.

4. Fotografías .Ejemplos

5. ilustraciones. Ejemplos.

6. Estilos de mensaje.

- Introducción a diferentes estilos
- Emocional. Ejemplos
- Racional. Ejemplos.

3. Realice la autoevaluación correspondiente al módulo 2 -Clase 4

DOCENTE: Pappalettera Sabrina Giselle