



Área Empresarial

Analista en Publicidad

Objetivo

Brindarle al alumno todos los conocimientos que hacen a la teoría de la Publicidad y capacitarlo en función de las necesidades actuales tanto individuales como empresariales. En tal sentido se trabajará en forma crítica y reflexiva poniendo a consideración los distintos soportes y mensajes publicitarios, así como el contexto de estos en tanto modas, estilos y bibliografía académica.

Perfil del egresado

El egresado de esta carrera estará preparado para trabajar en una agencia de publicidad, en el área de comunicación y/o marketing en empresas públicas o privadas, hacer más rentable una campaña publicitaria o un proyecto de negocio así como hacer más rentable su propio negocio.

En resumidas cuentas el egresado contará con las herramientas necesarias para crear contenidos publicitarios, planificar estrategias efectivas de comunicación y relacionarse de manera adecuada con el cliente, sean éstos particulares o empresas.

Requisitos

Los alumnos deberán tener ciclo básico aprobado o similar.

Metodología

Teórico – práctica, con ejercicios constantes individuales y grupales tendientes a hacer más fácil el entendimiento de la temática tratada.

Plan de Estudios

Analista en Publicidad

Primer Año	Teoría de la Publicidad	Fundamentos de Marketing	Comunicación Institucional	Comportamiento del Consumidor
	Atención al Cliente y Relaciones Públicas	Política de Producto	Taller de Creatividad	Investigación de Mercado

Título Intermedio: TÉCNICO EN PUBLICIDAD

Segundo Año	Planificación de Medios	Técnicas de Comunicación Publicitaria	Marketing Estratégico	Taller de Cuentas
	Redacción para los medios masivos	Producción Publicitaria	Taller de Comunicación Publicitaria	Proyecto final: Campaña Publicitaria

Contenido

Primer Año – Técnico en Publicidad

Teoría de la Publicidad

Introduce en las temáticas propias del ejercicio profesional: investigación de mercado, comportamiento del consumidor, estrategia creativa, posicionamiento, planificación de medios, entre otros. Capacita para comprender el proceso publicitario en su globalidad: desde la concepción de la idea y su transformación en anuncio, hasta que éste se introduce en los medios como parte de una campaña.

Fundamentos de Marketing

Aporta conocimientos generales del marketing así como su implicancia con la publicidad. Analiza las variables del marketing,

Comunicación Institucional

Expone la relevancia de la identidad corporativa en la vida de una organización (empresa o institución) así como también la importancia de alcanzar una buena imagen empresarial. Analiza la definición de cultura corporativa y los modos posibles de acción sobre la misma. Profundiza en los conceptos de valores, normas, ritos, tabúes y estrategias de conducción de una organización, y de sus políticas comunicacionales.

Comportamiento del consumidor

Analiza todas las diferentes características del cliente y lo que busca éste en el momento de la compra, de acuerdo el tipo de cliente que sea; así como también el impacto que le provocan al mismo los diferentes mensajes publicitarios.

Atención al Cliente y Relaciones Públicas

Presenta conceptos claves para conservar clientes así como para hacer nuevos clientes.

Política del Producto

Analiza el producto como variable del marketing: la Forma, el diseño, el Color, la Calidad, la Garantía, el Envase, la Etiqueta, la Marca. Estudia el ciclo de vida del producto y cómo y cuándo insertar nuevos productos.

Taller de creatividad

A través de prácticas individuales y grupales, el alumno desarrolla un sentido crítico orientado a la evaluación de la creación publicitaria en todos sus formatos.

Investigación de Mercados

Presenta la metodología básica para la realización de investigaciones de mercado aplicadas a la publicidad

Segundo Año – Analista en Publicidad

Planificación de Medios

Aporta las herramientas necesarias para el análisis y la evaluación del potencial publicitario de los medios de comunicación en nuestro país (radio, TV y medios gráficos). Capacita en gestión y simulación de pautas, medición de audiencias y público objetivo, y brinda los elementos necesarios para el análisis de audiencias específicas en términos de volumen y calidad de las mismas.

Técnicas de Comunicación Publicitaria

Considerando que la comunicación puede constituirse en un arma clave para competir en el mercado, es necesario conocer y dominar las diferentes técnicas que utiliza la publicidad. Esta materia, plantea y analiza las diferentes técnicas de comunicación que existen (marketing directo, promociones, sponsoring, merchandising, internet, etc.)

Marketing Estratégico

Define y analiza las posibles estrategias a nivel empresarial desde su proceso hasta su implantación. Brinda la forma de generar vínculos efectivos entre empresa y cliente a partir del negocio en el que estemos insertos.

Taller de Cuentas

Brinda los conocimientos necesarios para cerrar un acuerdo de manera ágil y dinámica. Analiza de forma práctica los procesos de comunicación no verbal que son importantes en toda venta o negociación a realizar por el Ejecutivo de Cuentas.

Redacción para los medios masivos

Introduce en los conceptos básicos de la redacción institucional para los medios masivos (editoriales, formato de artículos periodísticos, guiones audiovisuales y radiales).

Producción Publicitaria

Se realizarán visitas guiadas por el docente a estudios de audio y video; y, a estudios fotográficos para comprender mejor los conceptos estudiados al respecto.

Taller de Comunicación Publicitaria

Asistido por el docente el alumno analizará para luego crear publicidades en formato gráfico y radial así como un guión para una publicidad televisiva.

Proyecto final: Campaña Publicitaria

Capacita en la preparación, elaboración y evaluación de campañas publicitarias a partir de un briefing que presenta el docente y del tránsito por todas las fases del proceso: desde el diseño de la estrategia comunicacional y de marketing hasta el desarrollo de la creatividad, la organización de la producción y la instancia de presentación y lanzamiento. El proyecto incluye investigación de mercado, estrategia de marketing y de comunicación, racional creativo (guiones, bocetos, menciones de radio), planificación de medios y presupuestos, entre otros.

Primer Año (Técnico en Publicidad)		
Inversión		Observaciones
Precio	25900	
Contado	23310	
2 pagos	12303	
3 pagos	8633	
4 pagos	6475	
5 pagos	5180	
6 pagos	4317	
7 pagos	3700	
8 pagos	3238	
9 pagos	2878	
10 pagos	2590	
11 pagos	2355	
12 pagos	2158	Financiación por
13 pagos	1992	Inscripción anticipada

Segundo Año (Analista en Publicidad)		
Inversión		Observaciones
Precio	25900	
Contado	23310	
2 pagos	12303	
3 pagos	8633	
4 pagos	6475	
5 pagos	5180	
6 pagos	4317	
7 pagos	3700	
8 pagos	3238	
9 pagos	2878	
10 pagos	2590	
11 pagos	2355	
12 pagos	2158	Financiación por
13 pagos	1992	Inscripción anticipada

Consultar otras formas de Pagos

Los pagos son **MENSUALES, CORRELATIVOS Y CONSECUTIVOS.**

Los precios vigentes no son acumulables a ninguna otra promoción y/o bonificación salvo expresa autorización de la administración.

Círculo Informático Capacitación se reserva el derecho de realizar ajustes al plan de estudios, contenidos, plan de pagos, fechas y horarios de los seminarios, talleres, cursos y carreras. La confirmación de los mismos en los horarios y grupos ofrecidos está sujeta a un nivel mínimo de inscripciones que habiliten su funcionamiento.