



República Bolivariana de Venezuela  
Universidad Bicentaria de Aragua  
Vicerrectorado Académico  
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales  
Escuela de Comunicación Social



Materia	Semestre	Código	Prelación
INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	V	ECS543	ECS453

Unidades de crédito	Obligatoria	Electiva	Densidad horaria		
			Horas Asesorías	Horas Aprendizaje	Horas Totales
03	X		03	00	03

#### JUSTIFICACIÓN

La marcada influencia del buen manejo de la inversión publicitaria en los Medios de Comunicación de Masas se sintetiza en el éxito o fracaso de los mismos. Así, dentro de la dinámica de una mayor y mejor oferta de un producto o servicio, la estrategia empleada, la satisfacción del consumidor y el grado de aceptación del bien anunciado, se genera el nivel de ingresos por concepto de Publicidad, que contribuye al crecimiento Económico del medio donde se difunden los mensajes que van directamente al público. El manejo de la herramienta publicitaria es necesario para el Comunicador Social, por cuanto le permite orientar hacia un mercado específico el producto que se le ha asignado. De igual manera la imagen de ese producto así como el funcionamiento de los distintos medios de comunicación, se sostienen fundamentalmente sobre la base de una correcta estrategia publicitaria y el correcto uso de las relaciones públicas.

#### OBJETIVO GENERAL

Conocer y comprender los elementos que han contribuido al crecimiento de la publicidad y las relaciones públicas, hasta constituirlos en eje fundamental de los medios de Comunicación de Masas en nuestros días.

#### CONTENIDO

<b>UNIDAD I</b>	Conocer los antecedentes de la Publicidad y comprender su correcto uso como herramienta de la mercadotecnia.
<b>UNIDAD II</b>	Definir Marketing. Características. Elementos que la conforman. Describir los objetivos y estrategias de Marketing. Segmentación de mercadeo Concepto. Funciones. Características. Mezcla de mercado. Producto y servicio
<b>UNIDAD III</b>	Comprender el impacto publicitario en la sociedad moderna. Las ventajas y desventajas de la publicidad. Los aspectos sociológicos y religiosos de la publicidad.
<b>UNIDAD IV</b>	Definir y establecer diferencias entre publicidad y propaganda
<b>UNIDAD V</b>	Definir relaciones públicas. Identificar las funciones de las relaciones públicas. Comprender los objetivos de las Relaciones Públicas. Diferenciar los tipos de relaciones públicas. Establecer las diferencias entre Relaciones Públicas y Publicidad

#### ESTRATEGIAS METODOLOGICAS

- Trabajo Grupal
- Disertación
- Explicación del profesor
- Discusión
- Elaboración de esquemas

Dra. Edilia Teresa Papa Arcila  
Secretaría General



República Bolivariana de Venezuela  
Universidad Bicentaria de Aragua  
Vicerrectorado Académico  
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales  
Escuela de Comunicación Social



**ESTRATEGIAS DE EVALUACION**

- Examen
- Exposición
- Informe
- Línea del Tiempo

**REFERENCIAS**

- Arias Prieto Germán. COMO MEDIR LA EFICACIA DE LA PUBLICIDAD
- Berlo, David K. EL PROCESO DE LA PUBLICIDAD
- Cuento, Juan LA SOCIEDAD DE CONSUMOS DE MASAS
- Forones, Miguel EL MUNDO DE LA PUBLICIDAD
- Sarbetty, Thomas IMAGEN CORPORATIVA
- Gómez León, Argenis GERENCIA PUBLICITARIA, UN ENFOQUE PLANIFICADOR
- Holije, Hebert F. TEORÍA Y PROBLEMAS DE LA PUBLICIDAD
- Judson, Brewsten, Arthurs y Otros INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD
- Klepener's, Otto MANUAL DE PUBLICIDAD
- Martínez Terreno, José LA PUBLICIDAD EN VENEZUELA
- Parramon, José María PUBLICIDAD, TÉCNICA Y PRACTICA
- Sánchez Guzman, José Ramón BREVE HISTORIA DE LA PUBLICIDAD
- Schiller, Hebert MANIPULADORES DE CEREBRO
- Somom, Reymon RELACIONES PUBLICAS, TEORÍA Y PRACTICA
- Villasmil, Xiomara DIFUSIÓN MASIVA Y HEGEMONÍA IDEOLÓGICA
- Xifras Heras, Jorge LA INFORMACIÓN, ANÁLISIS DE UNA LIBERTAD FRUSTRADA
- Sánchez G., Jorge R. INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA PUBLICIDAD
- Malpica, José Rafael LAS RELACIONES PÚBLICAS FRENTE A LAS NUEVAS REALIDADES  
Temas de Comunicación No. 03 UCAB
- Malpica, José Rafael CULTURA CORPORATIVA Y RELACIONES PÚBLICAS  
Temas de Comunicación No. 06 UCAB
- Olivieri, Antonio LA CRISIS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS  
Temas de Comunicación No. 03, UCAB
- Olivieri, Antonio PUBLICIDAD vs PROPAGANDA  
Temas de Comunicación No. 04 UCAB
- O'Sullivan, Yemimah LOS EFECTOS SOCIALES Y CULTURALES DE LA PUBLICIDAD  
Temas de Comunicación No.08 UCAB