



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



UNIDAD CURRICULAR		TRIMESTRE	CÓDIGO	PRELACIÓN	UNIDADES CRÉDITO
PUBLICIDAD I		VIII	FER68P	109 UC	03
<b>DENSIDAD HORARIA</b>					
COMPONENTE ASISTIDO POR EL DOCENTE		OTROS COMPONENTES		TOTAL HORAS SEMANALES	
HORAS GUIADAS		HORAS DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO			
04		08		12	
<b>EJE DE FORMACION DE COMPETENCIA</b>					
COMPETENCIA GÉNERICA <input type="checkbox"/>	ESPECIFICA BÁSICA <input type="checkbox"/>	ESPECIFICA DE EJES <input checked="" type="checkbox"/>	ESPECIFICA INVESTIGACION <input type="checkbox"/>		
<b>COMPETENCIA</b>					
Desarrolla estrategias creativas para el diseño de campañas publicitarias, por medio de la aplicación de técnicas y procedimientos que permitan el abordaje de situaciones en diferentes contextos, con iniciativa y creatividad.					
UNIDADES DE COMPETENCIA	NÚCLEOS TEMATICOS	ESTRATEGIAS			
Analiza las técnicas y procesos de comunicación publicitaria, en sus diferentes modalidades y ámbitos de aplicación.	<b>La publicidad como otra forma de Comunicación.</b> Fuentes publicitarias: Nacionales e internacionales Comportamiento ético en la práctica publicitaria Las técnicas de comunicación publicitaria El emisor interesado y La empresa anunciante.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Talleres didácticos</li> <li>- Consultas en línea</li> <li>- Asesorías.</li> <li>- Conversatorios</li> <li>- Plenarias</li> <li>- Visualización de videos</li> <li>- Presentación de ideas.</li> <li>- Discusiones dirigidas</li> <li>- Demostraciones</li> <li>- Audiovisuales</li> <li>- Trabajo cooperativo</li> <li>- Proyectos</li> <li>- Blog interactivo</li> <li>- Foro interactivo</li> <li>- Wiki</li> </ul>			
Emplea Estrategia Creativas y novedosas en el desarrollo de productos dirigidos a campañas publicitarias de orden social.	<b>Creación publicitaria y las estrategias creativas</b> Creatividad libre y orientada. Diferencias teóricas y prácticas. -Calidades y características del creativo publicitario. Fases del proceso de creación. Desarrollo de una estrategia creativa El Producto, el Mercado, Mercado Meta.				
Diseña Campaña Publicitaria, utilizando las nuevas tendencias en el mercado para el desarrollo de productos en diferentes áreas de mercado.	<b>Las Campañas Publicitaria como medio de difusión y promoción de productos</b> Etapas de la planificación publicitaria Agentes que intervienen en el mercado publicitario. La estrategia y táctica creativa. Evaluación del Mercado. Fijación de metas publicitarias. Desarrollo del presupuesto publicitario. Selección de los medios y soporte a emplear en un plan publicitario.				
<b>REFERENCIAS</b>					
Billaro, O (1998) Introducción a la Publicidad. (3ª ed.). Buenos Aires, Argentina: El Ateneo Da Costa J, (1992) Diccionario de Mercadeo y Publicidad. Venezuela, Caracas: Panapo. Kotler P y Armstrong G (1998), Fundamentos de Marketing. (6ª ed. ), México: Prentice Hall O'Guinn T, Allen Ch y Semenik R (2001). Publicidad. México: International Thomson. Stanton W, Etzel M y Walker B. (1998). Fundamentos de Marketing, (13ª ed.), Mexico: Mc Graw Hill.					

**Dra. Edilia Teresa Papa Arcila**  
**Secretaria General**