



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



<b>UNIDAD CURRICULAR</b>		<b>TRIMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>UNIDADES CRÉDITO</b>
CUENTAS PUBLICITARIAS		XI	FER6BL_ Electiva	154 U.C	03
<b>DENSIDAD HORARIA</b>					
<b>COMPONENTE ASISTIDO POR EL DOCENTE</b>		<b>OTROS COMPONENTES</b>		<b>TOTAL HORAS SEMANALES</b>	
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 campañas publicitarias, mediante el reconocimiento de los elementos que la componen para la captación de clientes y servicios de calidad, con creatividad y responsabilidad social.					
<b>UNIDADES DE COMPETENCIA</b>		<b>NÚCLEOS TEMATICOS</b>		<b>ESTRATEGIAS</b>	
Analiza las funciones y los tipos de Agencia Publicitaria como ente determinante en el proceso creativo		<b>Las Agencias Publicitarias como herramienta de promoción y diseño creativo</b> Importancia, organigrama y Funciones de los departamentos Departamento Cuentas. Funciones. Vinculación con los demás departamentos de la agencia.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disertación del Profesor</li> <li>- Discusión Grupal</li> <li>- Estudio de casos Reales</li> <li>- Consultas en línea</li> <li>- Tutorías</li> <li>- Visualización de videos</li> <li>- Foro digital</li> <li>- Wiki</li> <li>- Desarrollo de productos en la red</li> <li>- Proyectos</li> <li>- Blog digital</li> <li>- Seminarios</li> <li>- Trabajo cooperativo</li> </ul>	
Planifica estrategias en función a un plan de medios para una campaña publicitaria.		<b>Estrategias Creativas en el desarrollo de campañas publicitarias</b> Plan de medios. Las estrategias de medios. Presupuesto de medios. Calendario de medio .Plan creativos: Objetivos comunicacionales Mitting creativo Mitting de medios			
Diseña campañas publicitarias para la promoción y difusión de productos que generan impacto social.		<b>Las Campañas Publicitarias en el mercado</b> Estrategias de mercado, Análisis de la situación Estrategia de medios Estrategia creativa. Presupuestos Entrega de Artes .Finales Guiones			
<b>REFERENCIA</b>					
Dacosta J. (2000) Diccionario de mercadeo y publicidad. Caracas: Panapo. Moreno M. (2014). El gran libro del Community Manager: Técnicas y Herramientas para sacarle partido a las redes sociales y triunfar en social media. España, Barcelona: Gestión MC Graw, H. (2009). Curso Prácticas de Mercadotecnia .(2° Ed. Colombia: Graw Hill Plaza, J. (2010). Markenting Mix. (1°Ed.). Barcelona, España: Pearson Russe, L, y Lane, W. (2007) .Manual de Publicidad. Naucalpan de Juárez. México: Kleppner					

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