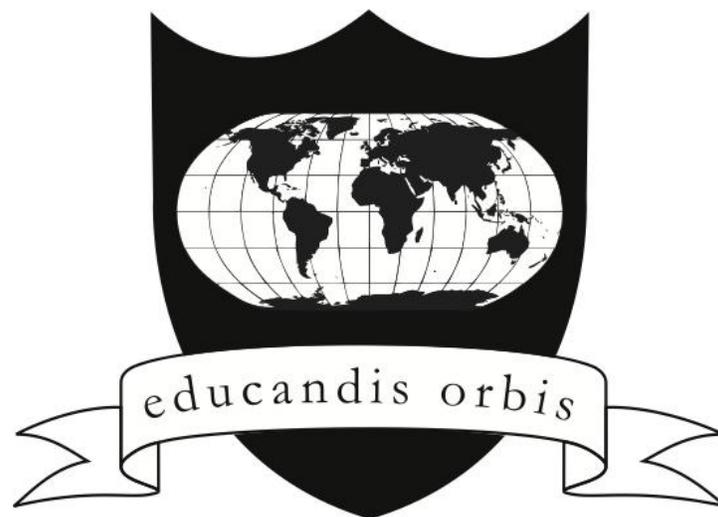


# AAU

AMERICAN ANDRAGOGY  
UNIVERSITY

-Plan de Estudios-  
Diplomado en Publicidad





## CONTENIDOS

- 1) Presentación
- 2) Requisitos
- 3) Duración
- 4) Metodología de estudio
- 5) Tabla de Créditos
- 6) Objetivos
- 7) Cursos Sugeridos

### 1) Presentación

Su programa de Diplomado a distancia en AAU, le va a permitir a nuestros estudiantes la capacidad del auto aprendizaje. AAU va a poner a disposición de nuestros estudiantes todas las herramientas necesarias para lograr el máximo nivel de aprendizaje. De esta manera su avance académico y conocimientos van hacer medidos en todo momento gracias a la evaluación continua de su consejero académico. El método a distancia de AAU va ayudar a nuestros estudiantes optimizar sus tiempos y esfuerzo para su propio desarrollo académico.

La capacidad intelectual alcanzada por nuestros estudiantes, les va a permitir utilizar la investigación para reconocerse y reconocer la actualidad de nuestro mundo actual. De esta manera nuestros estudiantes van a poder mejorar e innovar los procesos de comunicación y negociación adecuadas al campo de su entorno que desea desarrollarse.

### 2) Requisitos

Identificación personal válida con foto (licencia de conducir, DNI, cédula de identidad, etc.). Diploma o certificados de secundaria (High School) completa o su equivalente.

### 3) Plan de Estudios - Duración

El programa de Diplomado contiene 8 módulos para ser desarrollados. El programa tiene una duración máxima de 8 meses y una duración mínima de 4 meses, el estudiante deberá presentar un mínimo de un módulo mensualmente.

### 4) Metodología de estudio

AAU ofrece a sus estudiantes un método de estudio a distancia, en el cual los estudiantes no necesitan asistir físicamente a ningún aula. Éstos adoptan una plataforma de estudio con la cual tienen acceso a su tutor personal.



- El estudiante puede disfrutar de un horario de estudios flexible, organizando su tiempo de manera libre y con un alto nivel de autodisciplina.
- El estudiante va acceder a este tipo de educación independiente en el lugar donde residan, eliminando así las dificultades de ubicación geográfica, organización del tiempo de estudio y respeto a la vida familiar y obligaciones laborales.
- Una vez el estudiante está matriculado oficialmente en el programa de Diplomado, se le asignara un usuario y una contraseña para acceder a la Plataforma Virtual Estudiantil. Este proceso no debe tomar más de 24 horas. Plataforma de estudio es de utilidad para que los estudiantes puedan manejar de manera organizada todo su avance académico, realizar consultas directas a su asesor académico y contar con el desarrollo integral de su programa utilizando Internet.
- El estudiante podrá hacer el uso de diferentes bibliotecas virtuales que se encuentra en internet. De esta manera, los estudiantes tendrán libre acceso a libros y publicaciones electrónicas, como, así mismo, a bases de datos académicas, para así poder realizar sus investigaciones.
- AAU ofrece a sus estudiantes una serie de cursos sugeridos en el programa a estudiar. La función del estudiante en coordinación con su asesor académico es escoger 8 módulos de estudio para el desarrollo del diplomado. Si parte de los cursos sugeridos por el programa académico de AAU no se adapta a las necesidades del estudiante, el estudiante mismo va poder sugerir otros cursos que si cumplan sus expectativas, siempre y cuando cumplan con los formatos académicos que AAU requiere.
- El estudiante tendrá que desarrollar cada tema del plan de estudio. Una vez concluido cada tema de estudio el estudiante culminara su programa de diplomado.

## 5) Tabla de Créditos

El total de Créditos que se necesita tener para concluir los estudios de un diplomado es 24.

El programa tiene 8 cursos de desarrollo obligatorio cada curso otorga 3 créditos, los cuales ya están establecidos por la Universidad.

AAU ofrece a sus estudiantes la elección de cursos basados en el criterio del Consejero Académico.

## 6) Objetivo

El objetivo fundamental del Diplomado en Publicidad es formar profesionales con conocimientos para desempeñarse en otras áreas de la comunicación, desde un pensamiento crítico reflexivo, estratégico y creativo.

## 7) Cursos Sugeridos

A continuación usted va a poder encontrar cursos que son requeridos como una base de estudio general y también cursos que se adaptan a su plan de estudios deseado. Sin embargo eso no significa que es un plan estandarizado para su programa que desea estudiar. Los siguientes son cursos sugeridos que le pueden servir de guía para realizar su propio plan de estudios.



## 1. La Publicidad

### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Las redes.
- Los mercados.
- La investigación.

**Bibliografía recomendada:** Armand Mattelart (2000) La Publicidad. Barcelona: Paidós Ibérica S.A

## 2. Las Claves de la Publicidad

### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- La publicidad en el marketing.
- Tipología general de la publicidad.
- El emisor de la comunicación publicitaria
- Agencia de publicidad
- Planificación estratégica

**Bibliografía recomendada:** García M (1995/2008) Las claves de la publicidad. Madrid: ESIC



### 3. Publicidad Emocional: Estrategias Creativas

#### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Las estrategias de las marcas en un mundo cambiante.
- Persuasión: porque funciona la publicidad emocional.
- Estrategias creativas

**Bibliografía recomendada:** López B. Publicidad emocional. Estrategias creativas. Madrid: ESIC

### 4. Principios de Marketing - I

#### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Introducción al marketing.
- El marketing y su entorno.
- Información e investigación del marketing

**Bibliografía recomendada:** Águeda E (2008) Principios de marketing. . Madrid: ESIC

### 5. Principios de Marketing - II

#### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- El mercado.
- El comportamiento del consumidor.
- El comportamiento de compra de las organizaciones.
- La demanda.

**Bibliografía recomendada:** Águeda E (2008) Principios de marketing. . Madrid: ESIC



## 6. Historia de la Publicidad

### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- La publicidad antes de la imprenta.
- Llega la imprenta.
- Los primeros publicistas teóricos, los primeros críticos.
- El siglo XIX: la edad dorada de la publicidad.
- El cartel y la renovación de la publicidad impresa.
- Nuevos medios, nuevos soportes publicitarios.

**Bibliografía recomendada:** Checa A (2007) Historia de la Publicidad. España.

## 7. La Investigación Cualitativa en Marketing y Publicidad

### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Cuantitativo versus cualitativo.
- Marco teórico de los estudios cualitativos.
- La observación y el registro de datos.
- Técnicas de registro de observaciones.
- Propuestas de un análisis tipológico de datos.
- El grupo de discusión.

**Bibliografía recomendada:** Soler P. (1997) La investigación cualitativa en marketing y publicidad.

Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A



## 8. Creatividad Publicitaria

### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Dedicatoria a la 3ra edición.
- Y valgo yo para creativo.
- Anuncios que enamoren.
- La creatividad empieza por el cliente.

**Bibliografía recomendada:** Navarro N (2010) Creatividad publicitaria eficaz. Madrid: ESIC

## 9. Los medios publicitarios

### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Clasificaciones de los medios publicitarios
- Medios convencionales
- Medios no convencionales
- Elementos del anuncio de prensa
- Realización gráfica del anuncio de prensa
- Características del lenguaje del medio exterior
- Formatos publicitarios del medio exterior
- Realización en el medio exterior.

**Bibliografía recomendada:** García M (1995/2008) Las claves de la publicidad. Madrid: ESIC



## 10. Publicidad y comunicación

### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Investigación de la publicidad y la promoción
- Planeación de la publicidad y la comunicación
- Planeación de la publicidad una perspectiva internacional
- Creatividad y publicidad de la marca
- Estrategia del mensaje
- Redacción de copys y guiones publicitarios

**Bibliografía recomendada:** C. O'Guinn T (2007) Publicidad y Comunicación Integral de Marca. México: Thomson

## 11. Publicidad y comercialización

### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Dirección de arte y producción
- Estrategia y planeación de los medios de publicidad
- Planeación de medios: impreso, radio y televisión
- Planeación de medios: la publicidad y la CIM en el internet
- Comunicación Integral de marca
- Promoción de ventas y publicidad en el punto de compra
- Marketing directo
- Relaciones públicas y publicidad corporativa

**Bibliografía recomendada:** C. O'Guinn T (2007) Publicidad y Comunicación Integral de Marca. México: Thomson



## 12. Taller de lectura y redacción

### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Comunicación: comprensión y producción de diversos tipos de textos
- Tema y propiedades de prototipos textuales
- Variedades textuales
- Instrumentos de investigación Instrumental
- Léxico y paráfrasis
- Exposición oral y comprensión auditiva

**Bibliografía recomendada:** Sánchez A (2005) Taller de Lectura y Redacción 1. México: Thomson

## 13. Promoción y publicidad en el punto de venta

### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- La promoción de ventas
- Comunicación en el punto de venta
- Control de las acciones publicitarias

**Bibliografía recomendada:** Bastos A (2006) Promoción y publicidad en el punto de venta: Técnicas de animación del punto de venta y la promoción On line



#### 14. Laboratorio de Fotografía

##### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Laboratorio y materiales
- Procesado de la película
- Positivado en blanco y negro
- Positivado en color
- Manipulaciones básicas
- Manipulaciones complejas
- Manipulaciones a la luz

**Bibliografía recomendada:** Langford M (1994) Manual del laboratorio fotográfico. Madrid: Artes Gráficas Toledo

#### 15. Publicidad: Enfoque teórico práctico

##### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Introducción a la publicidad
- El proceso de la publicidad
- Semiótica del mensaje
- El periódico
- La radio
- La televisión
- Publicidad creativa



**Bibliografía recomendada:** Figueroa A (1999) *Cómo Hacer Publicidad: Un Enfoque Teórico-Práctico.*

México: Pearson Educación

## 16. Publicidad e internet

**Temas importantes a desarrollar en este curso:**

- Valoración del potencial de internet como medio publicitario
- La publicidad en internet
- Tendencias y previsiones de uso de internet
- Cómo se mide la publicidad
- Cómo triunfar en la publicidad de internet
- Nuevas campañas en el sector publicitario de internet
- Datos sobre publicidad

**Bibliografía recomendada:** Meeker M (2001) *La Publicidad en Internet.* GRANICA S.A

## 17. Relaciones Públicas

**Temas importantes a desarrollar en este curso:**

- La profesión de las relaciones públicas (introducción).
- Relaciones públicas: un sector en auge.
- Relaciones públicas en las organizaciones.
- Diseño de una campaña de relaciones públicas.
- Herramientas y tácticas de relaciones públicas.

**Bibliografía recomendada:** Orduña, O. I. (2008). *Relaciones Públicas - La eficacia de la influencia.*

Madrid: ESIC.



## 18. Comunicación Oral

### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- La comunicación oral
- Roles, lenguajes y contextos
- Habilidades para la comunicación oral
- Actitudes y Ética
- La comunicación interpersonal
- La comunicación oral estratégica
- Organización y elaboración de mensajes
- Comunicación en público
- La persuasión en un contexto de argumentación
- Comunicación en grupo

**Bibliografía recomendada:** Fonseca M (2005) Comunicación oral: fundamentos y practica estratégica. México: Pearson

## 19. Comunicación audiovisual

### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Motores de la transformación del mapa de la comunicación: la revolución interactiva
- De la comunicación de las masas a la comunicación multimedia
- Producción cultural audiovisual en la sociedad de la información
- El nuevo escenario audiovisual
- La música en la era digital
- Lenguajes de la comunicación digital
- Nuevas formas de narración audiovisual

**Bibliografía recomendada:** Alberich J (2005) Comunicación audiovisual digital: Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas. Barcelona: UOC



## 20. Teorías de la comunicación

### Temas importantes a desarrollar en este curso:

- El objeto de estudio de las teorías de la comunicación
- Las teorías de la comunicación en el marco de las ciencias sociales
- Las perspectivas de las teorías de la comunicación

**Bibliografía recomendada:** Alsina M (2001) Teorías de la comunicación: Ámbitos, métodos y perspectivas. Barcelona: UNIVERSITAT