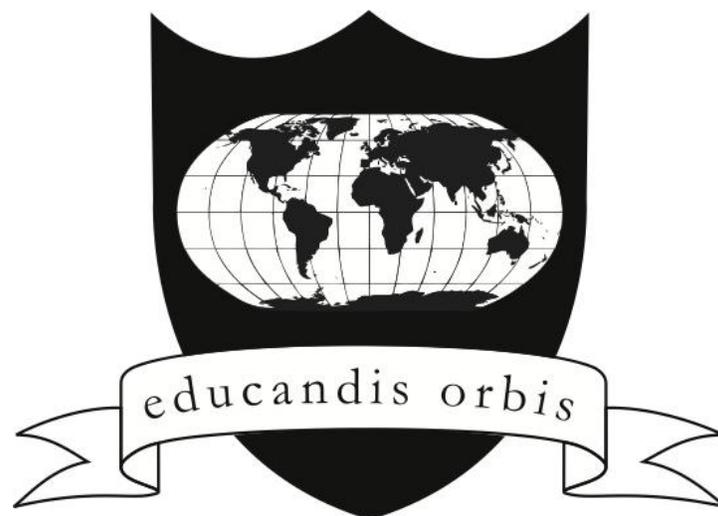


AAU

AMERICAN ANDRAGOGY
UNIVERSITY

-Plan de Estudios-
Licenciatura en Publicidad





CONTENIDOS

- | | |
|--------------------------------|------------------------|
| 1) Presentación | 5) Objetivos |
| 2) Requisitos | 6) Cursos Obligatorios |
| 3) Plan de Estudios / Duración | 7) Cursos Sugeridos |
| 4) Tabla de Créditos | |

1) Presentación

Su programa de Licenciatura 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

Diploma o certificados de secundaria (High School) completa o su equivalente, más 1 año de experiencia en el área de estudio de su interés ya sea académica o laboralmente.

3) Plan de Estudios - Duración

El programa de estudios que AAU of rece, consiste en la siguiente 4 fases:

Primera Fase: Es la fase donde el estudiante va enviar sus documentos académicos a través de la plataforma electrónica ya sea para corroborar su nivel académico o para convalidar cursos de diferentes centros de estudios o laborales. A su vez el estudiante va a tener que desarrollar 5 cursos requeridos de estudio general. Esta Fase del programa debe ser completada por el estudiante dentro de 4 a 6 semanas Como tiempo promedio. Si el trabajo presentado cumple con las bases académicas, el análisis y evaluación por parte de AAU debe tomar de tres a cuatro semanas.



Segunda Fase: Es la fase principal del programa, en esta fase el estudiante va a desarrollar su plan de estudios. El estudiante va a definir los cursos que está interesado en estudiar. Primero va a tener que diseñar una propuesta de plan de estudios y luego va a desarrollar los cursos que han sido aprobados para su estudio por AAU. Para desarrollar esta fase, el estudiante mínimo debe de presentar un curso concluido por mes. Si el trabajo presentado cumple con las bases académicas, el análisis y evaluación por parte de AAU debe tomar de tres a cuatro semanas.

Tercera Fase: Es la fase donde se desarrolla la propuesta de Tesis y el desarrollo de la Tesis. El desarrollo y conclusión de esta fase puede tomar al estudiante un promedio de 8 semanas. Si el trabajo presentado cumple con las bases académicas, el análisis y evaluación por parte de AAU debe tomar de seis a ocho semanas.

Cuarta Fase: Es la fase administrativa, donde el Departamento Administrativo de AAU acuerda con el estudiante el envío de documentos oficiales, que el estudiante requiera. El trámite de titulación y graduación puede tomar entre 2 a 3 meses.

Notas Importantes

El máximo número de cursos tomados en la Segunda Fase a la misma vez, deben ser dos (2)

Cada curso a tomar será un trabajo analítico e investigativo en el área que el estudiante quiere desarrollarse.

Una vez concluida la evaluación de un curso, el estudiante debe continuar con el siguiente curso a estudiar.

El estudiante no podrá acceder a la siguiente fase de estudios, sin haber sido evaluado y autorizado por el asesor académico de AAU.

El tiempo de estudio para completar cada curso, depende del estudiante.

Si un trabajo académico no cumple con las bases académicas correspondientes durante la evolución, el estudiante tiene la opción de mejorar su trabajo académico hasta cumplir con las bases académicas requeridas por AAU.



4) Tabla de Créditos

El total de Créditos que se necesita tener para concluir los estudios de una Licenciatura es 120.

AAU otorgara un máximo de 24 créditos por convalidación de créditos de otras instituciones, experiencia laboral y de vida en el campo de la profesión de interés.

AAU en la Fase 1 del programa tiene 5 cursos de desarrollo obligatorio cada curso otorga 3 créditos, los cuales ya están establecidos.

AAU ofrece a sus estudiantes la elección de 15 a 25 cursos basados en el criterio del Consejero Académico.

A continuación una Tabla de Créditos promedio:

15 créditos obligatorios +
24 créditos de convalidación como máximo

39 créditos otorgados +
51 créditos por estudiar (promedio de 17 cursos)
30 créditos por tesis

120 créditos de total para la Licenciatura

5) Objetivo

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

6) Cursos Obligatorios

El contenido sugerido de cada una de estos cursos será proporcionado al estudiante a través de su Plataforma Estudiantil

- A) Filosofía de la Educación a Distancia
- B) Globalización y Educación
- C) Conducta Humana y los Servicios del Bienestar Social
- D) Sustentabilidad y la relación con su programa de estudio
- E) Influencia Biográfica



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: Estratégicas 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