



# PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

## Identificación del módulo.

<b>Nombre del módulo:</b>	Publicidad y propaganda
<b>Experto temático:</b>	Clara Inés Álvarez Zea
<b>Año y versión:</b>	Año: 2013 Versión:
<b>Número de créditos:</b>	02 TP

## Estructura.

<b>Elemento de competencia 1:</b> Aplicar el conocimiento básico en el uso adecuado de los nuevos medios principalmente del Blog		
TEMAS	HORAS	
	AC	TI
Historia de la publicidad y la propaganda	1	3
Diferencias conceptuales	2	6
Segmentación de públicos	2	6
Persuasión	1	3
Total horas:	24	

Nota: AC: Trabajo con acompañamiento docente. TI Trabajo independiente del estudiante.

<b>Elemento de competencia 2:</b> Configurar el plan Publicitario a desarrollar para ser emitido en la web		
TEMAS	HORAS	
	AC	TI
La campaña publicitaria	3	9
El brief	3	9
Diseño web	3	9
Total horas:	36	



# PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

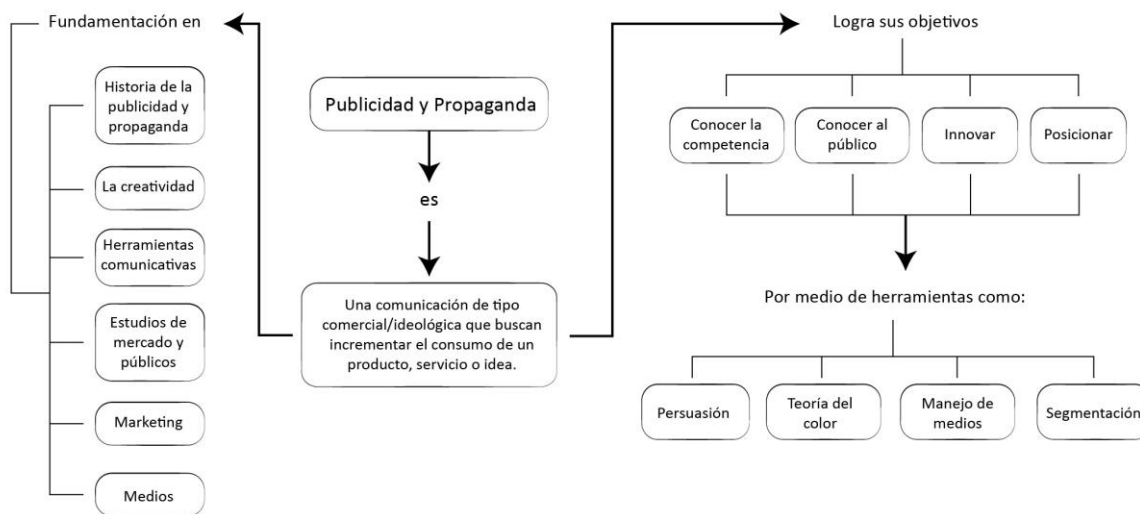
--	--

Nota: AC: Trabajo con acompañamiento docente. TI Trabajo independiente del estudiante.

<b>Elemento de competencia 3:</b> Preparar la Estrategia creativa para ser implementada en el Plan Publicitario		
TEMAS	HORAS	
	AC	TI
El Marketing y el plan publicitario	4	12
Wordpress	5	15
<b>Total horas</b>	<b>36</b>	

Nota: AC: Trabajo con acompañamiento docente. TI Trabajo independiente del estudiante.

## Mapa Conceptual



## Metodología

Este módulo es coherente con el Modelo Educativo de la Católica del Norte Fundación Universitaria, el cual promueve la autonomía, la investigación y el aprendizaje significativo y cooperativo, como base de una educación activa y exigente en la que es fundamental la



# PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

intervención de varios actores para desarrollar las competencias planteadas y construir conocimiento de manera colaborativa.

En este sentido, la interacción es el aspecto central de esta experiencia educativa. A través de ella se promueve el pensamiento crítico, propositivo y reflexivo por medio de intercambios comunicativos, sincrónicos y asincrónicos, entre el docente facilitador y los estudiantes. La mediación del saber a partir de la plataforma educativa, el uso de las TIC y la actitud analítica y argumentativa son los medios y manera de abordar los ejes temáticos que contribuyen a la formación del aspirante a especialista en educación virtual.

El conjunto de lo anterior aporta al mejoramiento del desempeño personal y profesional del estudiante, así como al desarrollo de su propuesta de investigación. Uno de los fines más importantes de esta propuesta es contextualizar y dar respuesta a las problemáticas en las que se desenvuelve el docente virtual en su quehacer cotidiano. En consecuencia, el curso privilegia actividades en las que prima la observación, la descripción, el análisis y la interpretación a partir de técnicas didácticas como el aprendizaje basado en problemas, el aprendizaje orientado en proyectos o el método de solución de casos.

De tal suerte, el compromiso del estudiante y su respuesta acertada a la metodología del curso se convierten en un factor definitivo para aprehender los contenidos teóricos-prácticos y cumplir de manera óptima con las actividades previstas y la construcción de las evidencias de conocimiento, aprendizaje, desempeño y producto que se le solicitarán como parte de su proceso formativo.

## Justificación

El mundo actual es un complejo devenir de anuncios, imágenes e ideas provenientes de diferentes emisores y con diversos propósitos siendo el mayor de ellos persuadirnos a realizar una acción que sea benéfica para el emisor.

Los medios de comunicación, como la televisión, la radio, las revistas, los periódicos, el cine y la web están colmados de comunicaciones comerciales que pretenden incrementar el consumo. En un mundo globalizado como el nuestro donde las distancias se a cortan y donde cada vez hay mayor acceso a lugares recónditos también se hace más feroz, estratégica y definitiva la forma de comunicar las ideas y que sean estas ideas las que queden sembradas en la mente de los consumidores y no las de la competencia.

La publicidad es una herramienta del marketing que mezcla psicología, antropología, economía, estadística, arte; es la mezcla de muchos conocimientos para crear el mensaje adecuado para el público objetivo.

Este curso da a los alumnos la oportunidad de conocer las diferentes estrategias y tácticas que se utilizan en la publicidad y como la empresas, grupos, ideologías van construyendo sus mensajes y



# PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

como cada palabra, cada imagen, cada color, cada fragancia esta en ese momento y en ese espacio como algo pensado y meditado para generar un efecto y no como una causa del azar.

Publicidad y propaganda, es la oportunidad para desarrollar habilidades en la identificación de la información y como esta ha influido en los cambios a nivel mundial y la adquisición de conocimientos comunicacionales que lleven a construir contenidos para los medios de comunicación altamente educativos, pero que tanto implícita como explícitamente, trabajen en pro de las otras funciones mediáticas.

Por lo anterior este módulo da a los profesionales en Comunicación Social los argumentos, conocimientos y competencias necesarias para convertirse en líderes que contribuyan al desarrollo de la comunicación comercial en las diferentes comunidades y empresas, logrando un profesional integral.

## Evaluación

La evaluación en los Ambientes Virtuales de Aprendizaje (AVA) es un proceso permanente de formación que involucra de manera integral la autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación del aprendizaje.

En el curso el docente facilitador, los compañeros y Usted se convierten en evaluadores permanentes de sí mismos y de cada uno de los integrantes del grupo: conjuntamente analizan y valoran el proceso y los productos del otro para realimentar, consolidar o reorientar logros.

En consecuencia, su desempeño será evaluado a partir del seguimiento que varios actores hacen de los procesos relacionados con las situaciones de aprendizaje planteadas. Dicho seguimiento será tanto cualitativo como cuantitativo. De tal suerte, las participaciones argumentadas sobre los diferentes ejes temáticos que se publican a través de los medios tecnológicos que el facilitador y los estudiantes acuerdan utilizar para el debate y la construcción del conocimiento, se constituyen en evidencias y son objeto de evaluación. Igualmente lo son la presentación de tareas, evaluaciones, producciones escritas, socializaciones sincrónicas o asincrónicas y entregables de micro proyectos de curso o adelantos de su proyecto de investigación general, entre otros.

En el mismo sentido, Usted podrá autoevaluarse durante el proceso de acuerdo con los indicadores de evaluación establecidos. Revíselos con detenimiento antes de iniciar el curso, durante y después de construir las evidencias y dispóngase a dar lo mejor de sí para alcanzar un desempeño óptimo.

Evidencias de conocimiento. Apuntan al dominio cognoscitivo para procesar e identificar información relevante, su clasificación, su interpretación de manera útil, y la búsqueda de las relaciones entre información nueva e información adquirida



# PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

previamente. Incluye el conocimiento de hechos y procesos, la comprensión de los principios, y teorías y las maneras de utilizar el conocimiento en situaciones cotidianas y nuevas.

Evidencias de desempeño. Evidencias del saber procedimental, relativas al cómo ejecuta el estudiante una actividad, en donde pone en juego sus habilidades, conocimientos y actitudes. Permiten recoger información directa, de mejor calidad y más confiable, sobre la forma como el estudiante desarrolla su proceso de aprendizaje y así poder identificar cuáles han sido sus logros y cuáles le faltan por alcanzar. Incluye las evidencias actitudinales.

Evidencias de producto. Son los resultados que obtiene el estudiante en una actividad que refleja el aprendizaje alcanzado y permite hacer inferencias sobre el proceso desarrollado, o método utilizado.

La valoración final será entonces el resultado de la integración de las diferentes actividades de aprendizaje. Dicha valoración se realizará de acuerdo con los indicadores de evaluación y los criterios específicos para cada una de las evidencias solicitadas como prueba de que el estudiante ha alcanzado las competencias que se esperan de él con el seguimiento de este curso.

## Glosario.

**Ad Words:** es un sistema por el que se posicionan anuncios en un buscador.

**Alcance:** es el porcentaje de usuarios o consumidores que se interesaron por una campaña o promoción durante un periodo de tiempo.

**Anunciante:** Persona o empresa que desea colocar sus promociones en los soportes publicitarios.

**Brief:** Es un texto resumido que nos permite tener claridad sobre las necesidades y expectativas del cliente en una campaña.

**Branding:** es una estrategia que genera y potencia la imagen de una marca.

**Campaña:** se compone de diferentes piezas que comparten un tema e idea y pueden aparecer en diferentes medios de comunicación conservando unos elementos conectores.

**Email marketing:** son campañas de publicidad que utilizan el e-mail como medio masivo.

**Público:** es una parte de la población seleccionada en función de sus rasgos y con un determinado nivel de homogeneidad.

**Persuadir:** es el arte de convencer a otros.

**Segmentar:** es seleccionar una parte de la población con base en algunos criterios homogéneos.



# PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

**Target:** es el grupo de personas al que se dirige la publicidad, es el público.

## Competencia Global del módulo

Desarrollar elementos comunicativos insertando los aspectos publicitarios necesarios para generar un marketing exitoso y que lleve a un alto impacto visual en la web.

## Problema

Para el desarrollo del módulo se va a utilizar el método de aprendizaje basado en problemas.

El trabajo final es la aplicación de los conocimientos al problema planteado que consiste en crear un plan de mercadeo y publicidad para la empresa Guayaba Cola, la nueva gaseosa que se lanzará al mercado y deberán realizar 2 piezas publicitarias.

En el transcurso del módulo el estudiante encontrará las herramientas para responder el problema de cómo generar un marketing exitoso y que lleve a un alto impacto visual en la web por medio de un plan de mercado y lo pondrán en práctica en diferentes situaciones por medio de las actividades.