

**COMUNICADOR VISUAL**  
**PROGRAMA DE PLANIFICACIÓN Y MEDIOS**  
**TERCER AÑO – Vigente a partir del 2008**

**1. CONTENIDOS:**

**Bolilla I**

**CONTENIDOS CONCEPTUALES**

Las comunicaciones de medios planificadas. Estrategias mediáticas de comunicación. Los Medios: La Promoción. Merchandising. Las Relaciones Públicas. Difusión Periodística. La operatividad. Los protagonistas de los medios y su relación con la comunidad.

**Bolilla II**

**CONTENIDOS CONCEPTUALES**

Investigación y gestión cualitativa y cuantitativa de la empresa elegida. **Métodos de investigación institucional con conclusiones y gráficos demostrativos: presupuesto.**

**Bolilla III**

**CONTENIDOS CONCEPTUALES**

Realización de la imagen e identidad institucional de la empresa elegida.  
**Presupuesto creativo.**

**Bolilla IV**

**CONTENIDOS CONCEPTUALES**

Puesta en marcha de la empresa: su papelería institucional. Gastos de infraestructura y mobiliario necesario para su comienzo: inscripciones en los organismos públicos.  
**Presupuesto general**

**Bolilla V**

**CONTENIDOS CONCEPTUALES**

El mensaje publicitario institucional: folletos, catálogos, página Web, afiches, cartelería en general.

**Presupuestos para su realización.**

**Bolilla VI**

**CONTENIDOS CONCEPTUALES**

Los avisos publicitarios: puesta en marcha y concreción de avisos en los medios gráficos radiales y televisivos.

**Presupuestos de páginas en los principales diarios. Presupuestos de producción e implementación de SPOTS de radio y televisión.**

### **Bolilla VII**

#### **CONTENIDOS CONCEPTUALES**

Los regalos empresariales, tarjetas de saludos, anuarios y stand de presentación de la empresa al público específico.

**Presupuesto general.**

### **Bolilla VIII**

#### **CONTENIDOS CONCEPTUALES**

El profesional y su oratoria. La profesionalización de su trabajo y la preparación para el mundo real. Trabajos especializados.

## **2. BIBLIOGRAFÍA:**

- Apuntes de la cátedra.
- **Las comunicaciones de Marketing.** Oscar Pedro Billorou, Ed. Ateneo Buenos Aires - 1991.
- **Un Fenómeno Social Llamado Publicidad.** Bonetto-Andrada Ed. Brujas. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba - 2000