



Universidad Nacional de Córdoba
2022 - Las Malvinas son argentinas

Resolución de Dirección

Número:

Referencia: Programa de Planificación y Medios de 3° año de Comunicación Visual Plan 2005 EX
2022-00818989-UNC-M
E#CNM

VISTO

La necesidad de actualizar los programas de la carrera de Comunicación Visual del Nivel Pregrado a las nuevas situaciones socioeducativas, a los avances de la práctica, el conocimiento y la investigación educativas y las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación para que estos se orienten a las competencias propuestas en el perfil profesional, y

CONSIDERANDO

Que es necesario actualizar permanentemente los programas de las asignaturas que conforman el currículum de la carrera de Comunicación Visual del nivel pregrado.

Que tanto el personal docente, como el Coordinador de la carrera de Comunicación Visual y Coordinación Pedagógica han acordado modificaciones.

Que los programas propuestos cumplen con los requisitos formales correspondientes y son coherentes con las Unidades Curriculares aprobadas por el Honorable Consejo Superior, según Resoluciones HCS N° 80/2005 y N° 581/2005, y Resolución Ministerial N° 493/2006.

Por ello,

EL DIRECTOR DEL COLEGIO NACIONAL DE MONSERRAT

R E S U E L V E:

Art. 1°.- Aprobar, a partir del ciclo lectivo 2022, el programa de Planificación y Medios correspondiente al tercer año de la carrera de Comunicación Visual de Nivel Pregrado del Colegio Nacional de Monserrat, que se adjunta en el anexo a la presente resolución de esta Dirección.

Art. 2°.- Protocolícese, comuníquese, publíquese.

Digitally signed by MOYA Hernan Enrique
Date: 2022.10.13 11:36:39 ART
Location: Ciudad de Córdoba

Digitally signed by GUERRA Aldo Sergio
Date: 2022.10.16 21:34:25 ART
Location: Ciudad de Córdoba

Digitally signed by GDE UNC
DN: cn=GDE UNC, c=AR, o=Universidad
Nacional de Cordoba, ou=Prosecretaria de
Informatica, serialNumber=CUIT 30546670623
Date: 2022.10.16 21:34:27 -03'00'

COLEGIO NACIONAL DE MONSERRAT
COMUNICACIÓN VISUAL
PROGRAMA DE PLANIFICACIÓN Y MEDIOS
TERCER AÑO
Plan de estudio 2005
Vigente desde ciclo lectivo 2022

FUNDAMENTACIÓN

En el marco de la carrera de Comunicación Visual, la cátedra de Planificación y Medios considera que es clave brindar estrategias pertinentes para que cada estudiante pueda desarrollar piezas de comunicación de acuerdo a un plan estratégico que contemple objetivos, públicos, metas y cronogramas claros y precisos. Es vital para el desarrollo profesional de cada estudiante, brindar conocimientos teórico-prácticos acerca de la planificación, la comunicación y los medios vigentes, que puedan ser utilizados de manera eficaz en el mundo actual.

OBJETIVO GENERAL

Adquirir los conocimientos necesarios de las diferentes teorías comunicacionales, herramientas y estrategias de la planificación para ofrecer soluciones acertadas frente a los desafíos de la práctica comunicacional profesional.

Objetivos específicos:

- Conocer los alcances teóricos y prácticos de la planificación y medios de comunicación.
- Aplicar de forma certera los recursos de diseño y comunicación visual para dar respuesta a las problemáticas vigentes.
- Generar planificaciones estratégicas y de comunicación aplicadas acordes a las necesidades actuales.

CONTENIDOS

UNIDAD 1: Fundamentos de la planificación y la comunicación.

Introducción a la planificación en medios. Definiciones. Teorías de la Comunicación. Las escuelas principales y la transformación de la comunicación desde los distintos avances tecnológicos. La escuela norteamericana neopositivista. La escuela crítica europea. El estructuralismo francés y el neomarxismo de los estudios culturales. Los estudios críticos latinoamericanos. Medios y difusión periodística. Criterios de selección.

UNIDAD 2: Investigación institucional. Planificación estratégica: primeros pasos.

Métodos de investigación institucional. Análisis FODA. Factores internos y externos relevantes. Análisis crítico de los objetivos. Puntos cardinales para la ejecución de un plan de medios: análisis de la situación, viabilidad, estudio financiero (gestión fiscal, organizacional, clientes, proveedores, etc.).

UNIDAD 3: El brief como herramienta de comunicación.

Conceptos generales del brief. El diseño estratégico en la construcción de la identidad de marca. Fases de la planificación. Preguntas claves. Retroalimentación y evaluación de los procesos de acuerdo a lo esperado. La construcción de objetivos (generales y específicos). Determinación de públicos. Características y tipos.

UNIDAD 4: Elementos de diseño desde la lingüística.

Teoría general de los discursos sociales. Saussure y Peirce. La tríada básica de comunicación. La semiosis infinita y los aportes de Eliseo Verón. La construcción discursiva de la realidad social. Signo, símbolo, ícono e índice.

UNIDAD 5: Imagen e identidad institucional.

Composición de imagen de marca. Branding, conceptos y aplicaciones prácticas. Logo, logotipo, isologo, imagotipo. La construcción del mensaje como discurso

social. La intertextualidad. Concepción de Roland Barthes de los aspectos connotativos y denotativos del discurso audiovisual en aplicaciones prácticas.

UNIDAD 6: Soportes de comunicación. Difusión estratégica.

Difusión del mensaje publicitario e institucional. Gramáticas de circulación. Anuncios en medios tradicionales y alternativos. Redes sociales. Definición y alcance. E-commerce como estrategia en función del panorama digital. Diagrama PERT y diagrama GANTT.

UNIDAD 7: Presupuestos y gestión de los recursos.

Gestión de gastos y costos. Cálculo de ganancias y presupuestos. Secuencia de inversiones, ganancias y dispersión. Cálculo en la relación costo-cobertura-frecuencia. Elección de los medios de comunicación (canales y soportes publicitarios) más eficaces. La campaña publicitaria planificada y los beneficios asociados.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Pertinencia en la aplicación de los contenidos conceptuales.
- Desarrollo eficaz de estrategias de planificación.
- Creatividad y diseño de planes integrales aplicados a la comunicación.
- Trabajo colaborativo.

CARGA HORARIA: 3 horas semanales.

BIBLIOGRAFÍA

ALVAREZ DEBANS, Norberto (2000) *Impacto en los cinco sentidos*, Buenos Aires. Editorial Valletta.

Anexo: Colegio Nacional de Monserrat – Comunicación Visual – Programa de Planificación y Medios – Tercer Año – Plan de estudio 2005 – Vigente desde ciclo lectivo 2022

BASSAT, Luis (1999) *El libro rojo de la publicidad. Ideas que mueven montañas*, Barcelona. Editorial Espasa Calpe.

CAPRIOTTI, Paul (2007) *Gestión de la marca corporativa*, Buenos Aires. Editorial Crujía.

COLLADO, Carlos Fernández (1999) *La comunicación en las organizaciones*, México. Editorial Trillas.

COOPER, Alan (2006) *Planning: Cómo hacer el planeamiento estratégico de las comunicaciones*, Buenos Aires. Editorial Thomson Learning.

GONZÁLEZ LOBO, M. A. y CARRERO LÓPEZ, E. (1999) *Manual de planificación de medios*, Madrid. Editorial ESIC.

KOTLER, Philip (2001) *Dirección de marketing*, México. Editorial Prentice Hall.

KOTLER, Philip y Armstrong, Gary (2013) *Fundamentos de marketing*, México. Editorial Pearson Educación.

MUELA MOLINA, Clara (2019) *Procesos de comunicación en publicidad, relaciones públicas y audiovisual*, Editorial Síntesis.

PÉREZ-LATRE, Francisco (2002) *Planificación y gestión de medios publicitarios*, Barcelona. Editorial Ariel.

RIVAL, Horacio (2007) *La planificación de medios y sus herramientas*, Buenos Aires. Editorial La Crujía.

WHEELER A. (2018) *Diseño de Marcas*, Madrid. Editorial Espacio de Diseño.

WIMMER, Roger y DOMINICK, Joseph (2007) *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*, México. Editorial Thompson.



Universidad Nacional de Córdoba
2022 - Las Malvinas son argentinas

**Hoja Adicional de Firmas
Informe Gráfico**

Número:

Referencia: Programa de Planificación y Medios de 3° año de Comunicación Visual Plan 2005

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 4 pagina/s.

Digitally signed by GDE UNC
DN: cn=GDE UNC, c=AR, o=Universidad Nacional de Cordoba, ou=Prosecretaria de Informatica,
serialNumber=CUIT 30546670623
Date: 2022.10.11 16:31:05 -03'00'

Digitally signed by GDE UNC
DN: cn=GDE UNC, c=AR, o=Universidad
Nacional de Cordoba, ou=Prosecretaria de
Informatica, serialNumber=CUIT 30546670623
Date: 2022.10.11 16:31:11 -03'00'