
'INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD'

FRANCISCO GOZÁLVEZ ---CURSO 1.978-79

ASIGNATURA: INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD
PROFESOR : FRANCISCO GOZALVEZ
CURSO : 1.978/79

P R O G R A M A

=====

I.- LA COMUNICACION PUBLICITARIA.

Tema 1:

- Comunicación informativa y comunicación persuasiva.
- La comunicación de masas y la comunicación publicitaria.
- Comunicación comercial y comunicación publicitaria.
- Formas de comunicación publicitaria.

Tema 2:

- Un modelo de comunicación publicitaria.
- La publicidad como ciencia y arte.

Tema 3:

- Publicidad y economía.
- Publicidad y sistemas económicos.
- Papel de la publicidad en la sociedad de consumo.
- Publicidad y desarrollo.
- La publicidad en la empresa.

Tema 4:

- Breve historia de la comunicación publicitaria.

II.- EL EMISOR DE LA COMUNICACION PUBLICITARIA.

Tema 5:

- El anunciante.
- Papel subordinado de la comunicación publicitaria a los objetivos del emisor.

Tema 6:

- El emisor publicitario en la empresa comercial.
- La lucha comercial.
- La estrategia comercial: objetivos de empresa, objetivos de marketing y objetivos publicitarios.

Tema 7:

- El encodificador de la comunicación publicitaria.
- Los profesionales de la comunicación publicitaria.
- Estructura profesional de la actividad publicitaria.

Tema 8:

- El control de la publicidad.
- El estatuto de la publicidad.
- Autocontrol

III.- EL RECEPTOR DEL MENSAJE PUBLICITARIO.

Tema 9:

- La comunicación publicitaria en un contexto personal: Publicidad y psicología.
- La noción de consumidor.
- La producción de bienes y la satisfacción de necesidades.
- Teorías psicológicas y la Publicidad.

Tema 10:

- La comunicación publicitaria y los sistemas sociales: Publicidad y sociología.
- La sociedad como mercado y el mercado como objetivo.
- La estrategia comercial y el Plan de Marketing.

Tema 11:

- La investigación publicitaria.
- La investigación cualitativa.
- La investigación cuantitativa.

IV.- EL CONTENIDO DE LA COMUNICACION PUBLICITARIA.

Tema 12:

- El mensaje publicitario.
- Estrategia creativa.
- El producto como mensaje.
- El mensaje sin producto.
- El mensaje como puente entre el producto y su mercado.

Tema 13:

- La creación del mensaje publicitario.
- La táctica creativa.
- El lenguaje de la publicidad.
- La encodificación del mensaje publicitario.

Tema 14:

- Los condicionantes del mensaje.
- Capacidad creativa y técnicas de estímulo creativo.
- Calidad del mensaje y su encodificación.
- Adecuación a la capacidad decodificadora del receptor.
- La influencia del medio en el mensaje.
- La inversión publicitaria como condicionante.

V.- CANALES DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA:

Tema 15:

- Medios de información y publicidad.

Tema 16:

- Medios específicamente publicitarios.

Tema 17:

- La comunicación interpersonal y la publicidad.

VI.- EFECTOS DE LA COMUNICACION PUBLICITARIA.

Tema 18:

- Publicidad e información
- Publicidad y persuasión.
- Publicidad y educación.

Tema 19:

- Límites éticos de la publicidad.
- La defensa del consumidor.
- La función social de la publicidad.
- La publicidad como índice de comportamiento social.

Tema 20:

- Medición de los efectos de la comunicación publicitaria.

BIBLIOGRAFIA

=====

- La Publicidad .- WATSON DUNN
- La publicidad, del instrumento económico a la institución social.- CADET-CATHELAT.
- El proceso de la comunicación (introducción a la teoría y a la práctica).- Ed. Ateneo Buenos Aires.
- La comunicación de masas.- OLIVER BURGELIN, A.T.E.
- El espíritu del tiempo.- EDGAR MORIN, Ed. Tauros.
- Semiología del mensaje objetual.- C. MALTESS, Comunicación serie B. Alberto. Corazón editor.
- Comunicación y Sociedad.- WULF D. HUND.
- Comunicación y sistemas de comunicación.- LEE TAYER, Ediciones Península.
- Sociedad de masas y desecho.- JUAN VALLET DE GOYTISOLO, Ed. - Taurus, ensayistas de hoy.
- La publicidad una fuerza al servicio de la empresa.- R. LEDUC, Paraninfo.
- Como hacer publicidad.- RITA MAJOCCHI y FRANCO ATTANASIO, Deusto.
- Estrategia Publicitaria.- LEO BOGART, Deusto.
- Principios y práctica del marketing.- R.H. BUAKIRK, Deusto.
- La dirección del estado mayor comercial.- CLARENCE E. EDDRIGE, Instituto Nacional de Publicidad.
- Motivación y Personalidad.- A. H. MASLOW, Sagitario.
- Psicología de la publicidad.- LUDWIG EVON HOLZSCHUHER, Rialp.
- La publicidad política.- Francisco IZQUIERDO NAVARRO, Oikos, Tau
- ¿Lo que usted invierte en publicidad es rentable?. C.BARCELO, Sagitario, SA.
- Confesiones de un publicitario.- DAVID OGILVY, Ediciones de Occidente, SA.
- Establecimiento y control del presupuesto de publicidad.- CLAUDE CON-Tini, Ediciones de Occidente, SA.

../. .

- Del estudio de la motivación a la creación publicitaria y a la promoción de ventas.- H. JOANIS, Paraninfo.
- El pensamiento lateral.- EDWARD DE BONO, Colección MMLB.
- La motivación en publicidad.- P. MARTINEAN, Francisco Casanova editor.
- La "nueva publicidad".- REGINALD WALTS, Oikos-Tau.

EVALUACION

=====

Se realizará, de acuerdo con el trabajo realizado durante el curso, estructurado del siguiente modo:

a) TRABAJO TEORICO:

Se desarrollará de acuerdo con las explicaciones de clase y la lectura comentada de una serie de textos (dos libros por trimestre). De este trabajo se realizará una prueba trimestral.

b) TRABAJO PRACTICO:

Consta de dos tipos de actividades:

- 1.- Comentario crítico a la bibliografía recomendada.
- 2.- Investigación de campo (encuestas y análisis de campañas).

Para los alumnos que no hayan podido asistir a clase, se realizarán las pruebas teóricas de acuerdo con la bibliografía recomendada y el análisis crítico de los textos comentados en clase.
