

Departamento de Especializaciones Profesionales

Sección Académica Publicidad

Descripción de la Sección Académica

La Sección atiende el campo de estudio de la comunicación publicitaria, su análisis y su evolución. Comprende todos los sectores y roles que integran la estructura de la industria publicitaria (atención de cuentas, planificación estratégica, creatividad, planificación de medios) e incluye aspectos vinculados con el mercadeo y con las relaciones públicas. Ello implica el desarrollo de conocimientos y habilidades para la definición de estrategias de comunicación, para el desarrollo de imagen corporativa y para la formulación de campañas en sus distintas fases (planificación, briefing, investigación, estrategia creativa, estrategia de medios) incluyendo la redacción y creación publicitaria para los diferentes medios (gráfica, prensa, radio, televisión, vía pública, Internet, BTL, etc.) y la producción de las piezas publicitarias. Supone un relacionamiento activo con diferentes actores del mercado publicitario (agencias, productoras, medios de comunicación, etc.) así como con profesionales del medio.

La Sección apunta a generar y sistematizar conocimientos, ofrecer formación de grado y posgrado, actualización profesional, asesoría y extensión. Para ello se vincula transversalmente con otras áreas de conocimiento que abordan la producción de medios y mensajes en diferentes formatos, intentando generar miradas críticas sobre el papel de la publicidad en la realidad contemporánea y asumiendo un compromiso ético de responsabilidad profesional tanto con los consumidores como con los valores que sustentan una sociedad equitativa, solidaria y libre.

Grado 2: (Ordenanza de organización docente): Se ejercerán sobre todo tareas de colaboración, orientadas hacia la formación del docente, pero, a diferencia del grado 1, se requerirán conocimientos profundos en uno o más aspectos de la disciplina. Se procurará encomendar al docente tareas que requieran iniciativa, responsabilidad y realizaciones personales.

Perfil específico: Planificación de medios.

Número de horas semanales del cargo: 15