

**Universidad de Puerto Rico
Recinto de Río Piedras
Escuela de Comunicación**

**CONCEPTUALIZACIÓN PARA AUDIO, VIDEO, PRENSA
Y OTRAS TECNOLOGÍAS
REPU 4076- 3 crs.**

SÍLABO

Profesor Pedro Lipsett Ruiz

Descripción del curso:

Curso que analiza las variables creativas y estratégicas que se combinan en el diseño y producción gráfica y electrónica. Estudia el proceso completo de la creación en términos conceptuales del anuncio para luego llevarlo a su forma real; haciendo referencia a elementos de diseño, dirección de arte y espacio para la gráfica en el anuncio de prensa; y elementos de producción, elementos visuales y auditivos, costos e itinerarios, en el caso de los medios de radio y televisión.

Objetivo del curso:

Desarrollar las habilidades necesarias para que el estudiante pueda desarrollar el proceso completo de la creación del anuncio publicitario estratégicamente eficiente ; de tal manera que pueda entender su conceptualización, graficarlo, y posteriormente producirlo tanto para el medio impreso como para los medios electrónicos (eg.: radio y tv) de mayor calidad publicitaria.

Contenido

Tema	Tiempo
<ul style="list-style-type: none">• Creación y desarrollo de ideas estratégicas	3 horas
<ul style="list-style-type: none">• Creación de ideas que sean verdaderamente realizables	3 horas
<ul style="list-style-type: none">• Desarrollo y diseño de anuncios impresos	3 horas
<ul style="list-style-type: none">• Creación y producción de anuncios radiales	3 horas

<ul style="list-style-type: none"> • Creación y producción de anuncios televisados 	3 horas
<ul style="list-style-type: none"> • Enmarcación de mensajes publicitarios impresos en presupuestos reales de acuerdo al uso de materiales y contenido. 	3 horas
<ul style="list-style-type: none"> • Enmarcación de mensajes publicitarios de radio en presupuestos reales de acuerdo a las horas de producción 	3 horas
<ul style="list-style-type: none"> • Enmarcación de mensajes publicitarios de televisión en presupuestos reales de acuerdo a las horas de producción 	6 horas
<ul style="list-style-type: none"> • Producción y presentación de una campaña creativa 	17 horas
	Total 45 horas

Bibliografía

Revistas “Advertising Communications”, “Lüzer’s International Archive”, “Art Direction” y otras en sus más recientes volúmenes.

Libro de texto/referencia:

Kleppner, O (2001) Publicidad, Otto Kleppner's. México : Prentice-Hall Hispanoamericana.

Arens, W (2002) Publicidad. México : McGraw-Hill.

(2000) Big Print, Little Print: What's The Deal? : How To Disclose The Details. [Washington, D.C.] : Federal Trade Commission, Bureau of Consumer Protection, Office of Consumer and Business Education.

Ferrer, E (2000) Enciclopedia mundial de lemas publicitarios. México, D.F. : Porrúa.

García, L (2002) El proceso creativo publicitario : del nacimiento a la producción cultural de una idea. (Tesis) UPR: Río Piedras.

Jack, Z (2002) Advertising Media Planning. Chicago : McGraw-Hill.

Jones, J (2002) The Ultimate Secrets Of Advertising. Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications.

Jones, J (2003). What's In A Name? : Advertising And The Concept Of Brands. Armonk, N.Y. : M.E. Sharpe.

Lavilla, M (2002) La actividad publicitaria en Internet; cómo los anunciantes utilizan la red para satisfacer sus objetivos de márketing y comunicación. Madrid: RA-MA Editorial.

Liria, E (2000) Las relaciones anunciante agencia. Barcelona : Folio.

Mattelart, A (2000) La publicidad. Barcelona : Paidós.

O'Guinn, T (2003) Advertising And Integrated Brand Promotion. Mason, Ohio : Thomson/South-Western.

O'Guinn, T (2004) Publicidad y comunicación integral de marca. Mason, Ohio : Thomson/South-Western.

Ries, A (2003) La caída de la publicidad y el auge de las relaciones públicas. Barcelona : Ediciones Urano.

Schroeder, J (2002) Visual Consumption. London ; New York : Routledge.

(2003) The Advertising Age Encyclopedia Of Advertising. New York : Fitzroy Dearborn.

Wells, W (2000) Advertising : Principles And Practice. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall.

Internet:

<http://www.adage.com/>

<http://www.advertising.com/>

<http://advertising.about.com/>

<http://www.aaf.org/>

<http://www.aaaa.org/>

<http://www.adweek.com/>

<http://www.advertisingweek.com/>

<http://www.ad-mkt-review.com/>

<http://www.agenciaspublicitarias.com/>

<http://www.canneslions.com/>

<http://www.commarts.com/>

<http://www.grey.com/>

<http://www.luerzersarchive.net/>

<http://www.nationwideadvertising.com/>

<http://www.mccann.com/>

<http://www.undergroundads.com/>

<http://www.advertising.com/Privacy.html>

<http://www.paginasamarillas.com/pagamanet/procesos/empresaCategoriaMB.aspx?goo=1&/4413/Publicidad/14/Puerto-Rico/Publicidad-Puerto-Rico.htm>

http://www.puertoricowow.com/ESPANOL/html_espanol/agencias_publicidad.asp