

## Cursos de postgrado

26 créditos

Curso académico 2015-2016

Publicidad y Comunicación

del 15 de enero al 30 de junio de 2016

**DIPLOMA DE EXPERTO UNIVERSITARIO**

**Características:** material impreso, material multimedia, página web, curso virtual y guía didáctica.

Departamento

*Economía de la Empresa y Contabilidad*

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

## PROGRAMA DE POSTGRADO

### Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto y Certificado de Formación del Profesorado.

### Curso 2015/2016

El Programa de Postgrado acoge los cursos que dan derecho a la obtención de un Título Propio otorgado por la UNED. Cada curso se impartirá en uno de los siguientes niveles: Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto y Certificado de Formación del Profesorado.

Requisitos de acceso:

Estar en posesión de un título de grado, licenciado, diplomado, ingeniero técnico o arquitecto técnico. El director del curso podrá proponer que se establezcan requisitos adicionales de formación previa específica en algunas disciplinas.

Asimismo, de forma excepcional y previo informe favorable del director del curso, el Rectorado podrá eximir del requisito previo de la titulación en los cursos conducentes al Diploma de Experto Universitario. Los estudiantes deberán presentar un curriculum vitae de experiencias profesionales que avalen su capacidad para poder seguir el curso con aprovechamiento y disponer de acceso a la universidad según la normativa vigente.

El estudiante que desee matricularse en algún curso del Programa de Postgrado sin reunir los requisitos de acceso podrá hacerlo aunque, en el supuesto de superarlo, no tendrá derecho al Título propio, sino a un Certificado de aprovechamiento.

## Destinatarios

El curso se dirige a cualquier persona que, contando con la titulación que con carácter general se exige a los alumnos, tenga interés académico o profesional en el campo de la Publicidad y la Comunicación. Por tanto, no es necesario ningún requisito específico de formación previa en Economía, Dirección de Empresas o Marketing, ya que el contenido del curso es autosuficiente.

# 1. Presentación y objetivos

El curso de Experto en Publicidad y Comunicación de la UNED pretende transmitir a todo aquel que lo desee, aún cuando sus circunstancias personales y laborales le impongan restricciones de disponibilidad y horario, **la práctica de la Publicidad y la Comunicación en medios convencionales, en Internet y en las Redes Sociales, tanto en el sector privado como en el sector público.**

**La Red es el mayor centro comercial del mundo**, con tiendas que están abiertas las 24 horas del día, 365 días al año. Un gigantesco centro comercial que vende de todo: productos, servicios, ideas, creencias, contactos. Por ello, los distintos tipos de **formatos en la Red y de plataformas on-line** serán también objeto detallado de estudio.

Igualmente, se prestará atención durante el curso a actividades de comunicación on-line realizadas por instituciones sin ánimo de lucro.

Así mismo, los que superen el curso obtendrán la base para realizar determinados máster o cursos de postgrado de la UNED en el ámbito del Marketing y de la Dirección de Empresas, accediendo en esos casos a ayudas al estudio (para más información: [marketing@cee.uned.es](mailto:marketing@cee.uned.es))

## Aplicaciones profesionales y orientación para el empleo

Los matriculados en el curso tendrán a su disposición los servicios del centro de orientación, información y empleo (COIE) de la UNED: [www.uned.es](http://www.uned.es).

# 2. Contenido

## I. ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?

1. Publicidad, Relaciones Públicas, Promoción y Vendedores

## II. LA PUBLICIDAD

2. Planificación estratégica de la Publicidad y la Comunicación
3. Poner en práctica lo planificado
4. Se sigue haciendo así: planificación de la Publicidad en medios convencionales
5. Y ahora además así: planificación de la Publicidad en medios digitales; Internet y redes sociales

6. Cómo elaborar un Plan Estratégico

7. Caso práctico de estudio

### III. PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN EN LA RED

8. e-Marketing y e-Comunicación

9. La imagen de marca en la Red

10. Una campaña en Internet

11. Formatos en la Red

12. Plataformas on line

13. Controlar la rentabilidad de los medios

### IV ¿Y EL SECTOR PÚBLICO?

14. Comunicación política y electoral

15. e-Gobierno: la comunicación con los ciudadanos de la Red

## 3. Metodología y actividades

No hay actividades presenciales en el Curso, con excepción de las tutorías personales voluntarias.

El método aplicado en el curso es el propio de la UNED, basado en la enseñanza universitaria a distancia, la cual permite al alumno:

- Seguir el curso cualquiera que sea su lugar de residencia
- Compatibilizar el aprendizaje con sus responsabilidades familiares y laborales
- Aprender sin desplazamientos

Este método de aprendizaje conduce a una adecuada formación mediante el empleo de:

- Material escrito (textos, manuales y guías didácticas).
- Plataforma educativa on-line en la web del curso y foros de debate académico
- Casos prácticos.

- Ejercicios de auto comprobación
- Régimen permanente de tutoría y atención al alumno on-line y telefónica
- Sesiones personales voluntarias
- Videoconferencias (si la agrupación geográfica de los alumnos del curso en torno a los Centros Asociados de la UNED lo hace posible).

Trabajos a realizar: Prueba de evaluación final del curso (no presencial)

## 4. Material didáctico para el seguimiento del curso

### 4.1 Material obligatorio

#### 4.1.1 Material en Plataforma Virtual

- Guía didáctica elaborada por el Equipo Docente del Curso
- Introducción a la Comunicación
- Selección de lecturas complementarias, aplicaciones prácticas, sesiones de audio y de video.

#### 4.1.2 Material editado y de venta al público en librerías y librerías virtuales

##### Publicidad online : las claves del éxito en Internet

**Autores** Rodríguez del Pino, Daniel ... [et al.]  
**Editorial** ESIC Editorial  
**Edición** 2012  
**Precio aproximado** 18.27€  
**ISBN** 8473568494

##### Planificación estratégica y gestión de la publicidad. Conectando con el consumidor

**Autores** Ayestarán Crespo, Raquel; Rangel Pérez, Celia; Sebastián Morillas, Ana  
**Editorial** Esic Editorial  
**Edición** 2012  
**Precio aproximado** 21.15€

ISBN 9788473568678

Puede adquirir dichos materiales a través de la [Librería Virtual de la UNED](#).

## 5. Atención al estudiante

Prof. Dr. Ramón Rufin Moreno (*curriculum*)

- Tutoría telefónica o personal los miércoles lectivos (17 a 19 horas) y jueves por las mañanas (10 a 14 h.) - Teléfono: 91-398.63.47;
- Tutoría permanente en la web del curso y por correo electrónico: [marketing@cee.uned.es](mailto:marketing@cee.uned.es)

## 6. Criterios de evaluación y calificación

Para superar el curso será necesario obtener la calificación de "APTO" en la **prueba de evaluación a distancia** que tendrá lugar al final del mismo. Dicha prueba tendrá carácter práctico y consistirá en la resolución por el alumno de un supuesto que le planteará el Equipo Docente del Curso.

## 7. Duración y dedicación

22 semanas lectivas

15/01/2015 al 30/06/2015

## 8. Equipo docente

### Director/a

Director - UNED

*RUFIN MORENO, RAMON*

### Colaboradores externos

Colaborador - Externo

*MEDINA MOLINA, CAYETANO*

## 9. Precio público del curso

Precio público de matrícula: 728 €

Precio del material: 70 €

## 10. Matriculación

Del 7 de septiembre de 2015 al 13 de enero de 2016.

Teléfonos: 91 3867275 / 1592

Fax: 91 3867279

<http://www.fundacion.uned.es/>