

Profesional en Periodismo deportivo

Marketing y Publicidad 2º año

- Objetivos y fundamentos
- Contenidos generales
- Bibliografía
- Docente Tec Sup Sovrano Ever

Objetivos y Fundamentos

- ✓ Desarrollar una actitud crítica y analítica de los medios de comunicación actuales, y desarrollar un pensamiento crítico en el uso de los mensajes publicitarios modernos.
- ✓ Proporcionar herramientas actuales, para el uso y desarrollo de los diferentes canales de difusión y desarrollo de la publicidad.
- ✓ Propiciar de un conocimiento de las actuales estructuras laborales y aspectos del campo de acción de su actividad.
- ✓ Aproximar a los estudiantes las herramientas necesarias para que puedan comprender el ámbito laboral.

Unidad 1

- Organizaciones.
- Definiciones.
- Tipos.
- Características. Según tamaño, actividad.

Unidad 2

- Administración.
- Definiciones.
- Proceso administrativo.
- Conceptos Generales. Visión-misión-Objetivos-Metas.
- Eficiencia / Eficacia.

Unidad 3

- Proceso de planificación.
- Elementos.
- Toma de decisiones.
- Análisis de Variables.
- Control.

Unidad 4

- Marketing.
- Definición. Historia, evolución.
- Productos.
- Precio.
- Plaza.
- Promoción.

Unidad 5

- Proceso para la creación de un producto.
- Ciclo de vida de producto.
- Posicionamiento.
- Marca.
- Matriz de BCG.

Unidad 6

- Publicidad/Propaganda.
- Publicidad Digital.
- Marketing directo y Promocional.

Unidad 5

- Definición
- Publicidad o Propaganda.
- Deseo, demanda.
- Matriz Motivacional.
- Pirámide de Deseos.

Evaluación:

- Oral, con defensa de tema
- Escrito, con desarrollo de contenidos y definiciones aplicando conocimientos en lo cotidiano, del labor del profesional en el periodismo deportivo.

Bibliografía:

- Chiavenato, Idalberto - 1997 - *“Administración de Recursos Humanos. Segunda edición.”* - Buenos Aires - Mc Graw Hill
- Luis Pardo (2011) – “Aplicación de las nuevas tecnologías en la Administración Pública” – Revista “Contabilidad y Dirección” – Vol. 13 – Año 2011
- Henry Mintzberg (1991) – “Mintzberg y la Dirección” - Editorial Díaz de Santos S.A. (1991).
- Henry Mintzberg (1985) – “La Estructuración de las Organización” – Editorial Ariel Economía
- Idalberto Chiavenatto – “Administración de Recursos Humanos” – Quinta Edición (2001) - Editorial Nomos S.A.
- Juan Carlos Mejía Llano – “La guía avanzada del community manager” Editorial Anaya Multimedia
- Agustín Medina-“Introducción a la publicidad” **Editorial:** Pirámide
- Peter Drucker – “Enseñanzas Peter Drucker” Edersheim Año 2007
- Philip Kotler – “Dirección de Mercadotecnia” – Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana - 8va edición