



# UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL  
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

## Comunicaciones Integradas de Marketing

*Este curso pertenece a la **Diplomatura en Marketing Integral** y se corresponde con el Módulo VII de la misma.*

### PRESENTACIÓN

Los medios de comunicación forman parte de nuestra realidad: nos conectan y nos hacen partícipes de la difusión y producción de contenido. El potencial que tienen las herramientas de comunicación para lograr objetivos comerciales y posicionamiento de marcas y productos es inmenso. La clave está en conocer el uso de los recursos disponibles y generar una sinergia que permita atrapar al cliente, hoy prosumidor, con una voz y experiencia que lo envuelva en 360°.

En cada clase, los alumnos abordarán de manera teórico-práctica la comunicación para sus empresas, emprendimientos o proyectos personales. La intención es indagar en cuál es la mejor combinación para alcanzar al público objetivo, optimizando los recursos y logrando un impacto a largo plazo, pero también llegando al corazón de los clientes. Hoy se trata no sólo de hablarles, sino de involucrarlos para convertirlos en fanáticos y fieles comunicadores de la marca.

El curso/ módulo es una aproximación a las herramientas de las que se puede disponer para llegar a las audiencias; es una invitación al detrás de escena de los medios de comunicación y la publicidad.

### OBJETIVOS

- Adquirir conocimientos fundamentales y troncales para poder comunicar productos, servicios, ideas y proyectos personales.
- Conocer cómo es el proceso de comunicación y producción de la publicidad y la gacetilla de prensa.
- Comprender la importancia del armado de una estrategia de comunicación coherente e integral.
- Estimular el análisis crítico de las publicidades, en sintonía con las tendencias de comunicación actuales y con los nuevos perfiles del segmento.
- Proveer a los participantes de los recursos necesarios para que puedan desarrollar piezas de comunicación originales y creativas.

### DESTINATARIOS

Dirigido a:

- Personas interesadas en obtener herramientas para proyectar o bien potenciar un negocio y/o emprendimiento.

- Profesionales de disciplinas diversas que deseen adquirir conocimientos en relación con las actividades comerciales y el mundo de los negocios.

## REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN

No se requieren conocimientos previos de Marketing.

## DURACIÓN

14 horas distribuidas en 4 encuentros presenciales de 3,5 hs. Carga horaria semanal: 3,5 hs.

## TEMARIO

- ¿Qué decir, cómo y dónde? Comunicaciones Integradas de Marketing: aprovechar el potencial de cada herramienta para lograr un mayor impacto del mensaje y experiencia de marca.
- En busca de la creatividad: publicidad y brief publicitario. La cocina de la publicidad y el intercambio con las agencias. La pauta en los medios.
- Comunicación no tradicional: acciones BTL. ¿Cómo hablarles a los medios para lograr difusión? Tips para redactar una gacetilla de prensa.
- Transmedia: viralidad y storytelling de marca. ¿Existe una fórmula secreta para ser virales? ¿Cómo pensar relatos que emocionen y conquisten a las audiencias?

### CRONOGRAMA DE CLASES

**Clase 1:** ¿Qué decir, cómo y dónde? Comunicaciones Integradas de Marketing. Cómo aprovechar el potencial de cada herramienta: Publicidad, Promoción, Relaciones Públicas, Marketing Directo y Ventas Personales.

**Clase 2:** En busca de la creatividad: publicidad y brief publicitario. Publicidad: tipología, tono del mensaje y estilo de ejecución. Brief: Qué es y para que sirve. Definición de Pauta en medios y Plataformas.

**Clase 3:** Comunicación no tradicional: las acciones BTL. Gacetillas de Prensa: Cómo hacerla. Identidad Visual de la marca en distintas plataformas digitales.

**Clase 4:** Generación de Contenido: Transmedia. Viralidad y Storytelling de Marca.

## DOCENTE

Marianela Lavate

**Coordinadora:** Lic. Andrea Del Grecco

## METODOLOGÍA DEL TRABAJO

El curso propone un contexto de aprendizaje dinámico en el que el docente sea nexo entre los contenidos teórico-prácticos y los alumnos, promoviendo un espacio de intercambio de ideas, debate y retroalimentación de experiencias entre los asistentes.

Una de las premisas que regirá la cursada es la de tratar casos reales para su análisis, crítica y mejora. La idea es que, con la teoría como marco, el aula se convierta en un taller en el que se estimule la producción de contenidos creativos para proyectos personales o de empresas.

Durante los encuentros, que serán presenciales, se utilizarán presentaciones en Power Point, notas periodísticas y material audiovisual. Además, los asistentes contarán con material digital. Se podrán requerir participaciones virtuales a través del campus y/o actividades domiciliarias individuales y/o grupales.

## PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN – CERTIFICACIÓN

Los criterios y metodología de evaluación se basarán en prestar atención en la participación y feedback en clase de los alumnos. Se considerará también la realización de los ejercicios

propuestos en clase (análisis de casos y aplicación de la teoría en la práctica) o bien a través del campus virtual.

Al final de cada curso/módulo el docente a cargo evaluará a los alumnos a través de una actividad integradora de cierre.

La sumatoria del desarrollo del Trabajo Práctico Final, las actividades integradoras del módulo y el 80% de asistencia al curso habilitarán al alumno a solicitar la certificación de la diplomatura.