



# Mi Universidad

## Primera actividad

*Nombre del Alumno: Fernando José Lopez Zamorano*

*Nombre del tema: Cuadro sinóptico*

*Parcial: 01*

*Nombre de la Materia: Campaña publicitaria*

*Nombre del profesor: Francisco De Jesús Marto González*

*Nombre de la Licenciatura: Diseño Grafico*

*Cuatrimestre: Quinto*

### **Introducción**

Para la primera actividad en plataforma, investigaran como está conformada una agencia de publicidad y en base a eso realizaran un organigrama de una agencia de publicidad (cuadro sinóptico), y debe ir anexado lo que se realiza en cada área de la agencia, de igual forma investigaran la influencia de los medios de comunicación.

## Organigrama de una agencia de publicidad

### Director

Sus responsabilidades incluyen la comunicación con los clientes y la elaboración de informes sobre la rentabilidad del trabajo realizado.

### Director de marketing

Esta persona debe realizar diversos estudios de marketing, encargar estos mismos estudios a otras organizaciones que realizan trabajos independientes.

### El decorador o diseñador

Crea los diseños del futuro producto publicitario, el trabajo principal es crear los trazados originales, que se elaboran con todas las reglas métricas.

### Comprador de medios de comunicación

Especialista que trata con los medios de comunicación, en cuanto a dónde, cómo y cuándo se colocará un anuncio. La eficacia de este personal depende de la calidad del espacio publicitario

### Planificador de medios de comunicación

La tarea más importante del planificador de medios es establecer una correspondencia entre los medios y el público objetivo.

### Director artístico

Tiene un departamento subordinado formado por diseñadores visuales, artistas, etc. Este especialista es a la vez el director y el ejecutor de todo el trabajo creativo.

### Redactor

Es la persona responsable de todos los aspectos verbales relacionados con los productos promocionales. El estilo de redacción del redactor publicitario debe ser singular.

### Visualizador

El redactor publicitario copia al visualizador en materia de creatividad, así como el ejecutor de las ideas del redactor visualmente. El visualizador tiene que crear varios bocetos.

### Un gestor o editor de impresión

Esta persona se encarga de dar formato a los textos para que sean fácilmente comprensibles. Debe calcular el número de palabras, frases y determinar qué lugar ocupará el anuncio.

### Productor de anuncios de televisión

Las tareas del productor es la selección de los actores, la música, la organización que llevará a cabo la acción en este ámbito.

### Responsable del momento de la producción

Si la empresa de publicidad necesita una imprenta, el gestor también se encarga de hacer los pedidos allí y de entregar los diseños de los anuncios.

### Director del proyecto publicitario

Distribuir las tareas del proyecto a los gerentes y supervisores de todos los departamentos, distribuir y asignar los fondos, recoger los materiales de todos los participantes en el proceso.

### **¿Por qué los medios de comunicación influyen en la sociedad?**

Hoy en día nuestra sociedad está influenciada por el constante bombardeo de información a través de diferentes medios de comunicación.

La información que nos llega sobre los distintos sucesos sociales, políticos o económicos puede hacer que las personas cambiemos nuestra forma de pensar respecto a la realidad que nos rodea. Pero ¿Por qué los medios de comunicación influyen en la sociedad? ¿Cómo lo hacen?

Los medios de comunicación cuentan con características positivas, y negativas. En la primera, posibilitan que amplios contenidos de información lleguen a todos los lugares del planeta de forma inmediata. También hacen posible que muchas relaciones personales se mantengan unidas. O, por lo menos, no desaparezcan por completo.

En la segunda, recaen en la manipulación de la información y su uso para intereses propios de un grupo específico. En muchos casos, estos medios de comunicación, tiende a formar estereotipos, seguidos por muchas personas gracias al alcance que adquiere el mensaje en su difusión.

La docente, al ser un medio masivo, tiene el potencial de crear valores sociales y ejercer influencia en las personas porque ofrece definiciones, presenta modelos, promueve estereotipos y puede ser un exponente de cambios.

Como hemos mencionado, los medios también tienen un lado oscuro. Una de las críticas a estos medios de comunicación social es su subordinación a los intereses políticos, económicos o sociales para conseguir ciertos objetivos.

De ahí el surgimiento de medios denominados como independientes. Colectivos sin fines de lucro y basados en voluntarios que han crecido en gran medida en los últimos años con la transformación digital global.

### **¿Por qué los medios de comunicación influyen en las agencias de publicidad?**

Los medios de comunicación son una herramienta fundamental para las agencias de publicidad, ya que les permiten llegar a una audiencia amplia y construir la marca de una empresa.

Los medios de comunicación son importantes para las agencias de publicidad porque:

#### ***Construir y fortalecer la marca***

Los medios de comunicación son una plataforma que permite a las agencias de publicidad crear conexiones emocionales con los clientes.

#### ***Informar y educar***

Los medios de comunicación pueden ayudar a las agencias de publicidad a informar y educar a los consumidores sobre los productos y servicios de sus clientes.

#### ***Interactuar con los clientes***

Los medios digitales, como las redes sociales y los blogs, permiten a las agencias de publicidad interactuar directamente con los clientes.

#### ***Medir el rendimiento***

Los medios de comunicación permiten a las agencias de publicidad medir y analizar el rendimiento de sus estrategias de marketing.

#### ***Mantenerse al tanto de las tendencias***

Los medios de comunicación permiten a las agencias de publicidad conocer las tendencias del mercado y la actividad de la competencia



Las agencias de publicidad y los medios de comunicación tienen una relación de colaboración que debe cuidarse. Para que esta relación sea efectiva, es importante:

- No enviar publicidad encubierta
- Evitar presionar a los periodistas
- Facilitar las cosas a los periodistas

Las agencias de publicidad y los medios de comunicación tienen una relación recíproca, en la que ambas partes se necesitan mutuamente.

## Bibliografía

Antología Uds, campaña publicitaria, pag 22,23.

Anonimo. (17 de 01 de 2004). *Euroinnova*. Obtenido de medios de comunicacion:

<https://www.euroinnova.com/blog/porque-los-medios-de-comunicacion-influyen-en-la-sociedad>