

# Curso Universitario

## Lenguaje Publicitario



## Curso Universitario Lenguaje Publicitario

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 semanas
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Acreditación: 6 ECTS
- » Dedicación: 16h/semana
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: [www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/curso-universitario/lenguaje-publicitario](http://www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/curso-universitario/lenguaje-publicitario)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Estructura y contenido

---

*pág. 12*

04

Metodología

---

*pág. 16*

05

Titulación

---

*pág. 24*

# 01

# Presentación

Los redactores deben entender cuáles son las claves del lenguaje publicitario para alcanzar los objetivos planteados a la hora de elaborar un mensaje. De ahí que la especialización en este campo sea especialmente relevante para quienes deseen especializarse en este sector. Por eso, TECH plantea la realización de este programa, que cuenta con el contenido más actualizado del momento, elaborado por un equipo docente de primer nivel.



“

*Elaborar mensajes publicitarios de éxito te ayudará a encontrar un hueco en el sector y a dar un impulso a las empresas en las que trabajas”*

El Curso Universitario en Lenguaje Publicitario de TECH ofrece a los profesionales del periodismo y la comunicación una oportunidad única para desarrollar su lado más creativo en el ámbito de la escritura, lo que les permita aportar un plus de calidad en sus producciones que sean capaces de incentivar a los clientes a la compra. De esta manera, este programa intensivo enseña a analizar y describir los discursos publicitarios, los procesos creativos en su elaboración, la construcción y su estructura interna, poniendo especial atención en el lenguaje y otros recursos de gran interés.

Así, con la realización de este programa, el estudiante podrá obtener una visión global de los fundamentos del sistema publicitario, del proceso creativo y de las últimas técnicas en Lenguaje Publicitario. El principal objetivo es configurar los primeros pilares teórico-prácticos para cualificar al estudiante en la toma de decisiones estratégicas en el ámbito de la comunicación persuasiva y el Lenguaje Publicitario.

Este programa es un repaso completo y concreto que habilitará al alumno para ejercer en cualquiera de estas labores del ámbito comunicativo con solvencia y seguridad. Así, con este programa, TECH ofrece un panorama real de trabajo para poder valorar la conveniencia de su aplicación en el proyecto, valorando sus indicaciones reales, su manera de desarrollo y las expectativas que se pueden tener con respecto a los resultados.

Un programa de gran valor académico que marcará un antes y un después en la capacitación de los alumnos, al ofrecerles las claves que podrán aplicar durante su proceso de creación comunicativa y publicitaria.

Este **Curso Universitario en Lenguaje Publicitario** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El uso de la última tecnología en softwares de enseñanza online
- ♦ El sistema docente, intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión
- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo
- ♦ Los sistemas de vídeo interactivo de última generación
- ♦ La enseñanza apoyada en la telepráctica
- ♦ Los sistemas de actualización y reciclaje permanente
- ♦ El aprendizaje autorregulable, lo que favorece la total compatibilidad con otras ocupaciones
- ♦ Los ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje
- ♦ Los grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento
- ♦ La comunicación con el equipo docente y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- ♦ Los bancos de documentación complementaria disponibles permanentemente



*Aprende las características del Lenguaje Publicitario y sé más eficaz en tu práctica diaria”*

“

*TECH pone a tu disposición multitud de recursos teórico-prácticos que serán fundamentales para realizar un aprendizaje más completo”*

El personal docente de este programa está integrado por profesionales de diferentes ámbitos relacionados con esta especialidad. De esta manera, TECH puede ofrecer el objetivo de actualización académica que tiene marcado. Un cuadro multidisciplinar de profesionales capacitados y experimentados en diferentes entornos, que desarrollarán los conocimientos teóricos de manera eficiente, pero, sobre todo, pondrán a servicio de los alumnos los conocimientos prácticos derivados de su propia experiencia.

Este dominio de la materia se complementa con la eficacia del diseño metodológico. Elaborado por un equipo multidisciplinario de expertos en *E-learning*, integra los últimos avances en tecnología educativa. Así, el alumno podrá estudiar con un elenco de herramientas multimedia cómodas y versátiles que le darán la operatividad que necesita en su proceso de estudio.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas. Un planteamiento que concibe el aprendizaje como un proceso eminentemente práctico. Para conseguirlo de forma remota, se usa la telepráctica. Así, con la ayuda de un novedoso sistema de vídeos interactivos, y el *Learning From an Expert* el alumno podrá adquirir los conocimientos como si estuviese enfrentándose a un supuesto real. Un concepto que le permitirá integrar y fijar el aprendizaje de una manera más realista y permanente.

*Este programa cuenta con la experiencia de profesionales en activo, expertos en Lenguaje Publicitario.*

*Este programa ofrece una metodología didáctica de primer nivel, lo que facilitará el aprendizaje a los alumnos.*



# 02 Objetivos

TECH ha diseñado este Curso Universitario en Lenguaje Publicitario para que los profesionales del periodismo y la comunicación adquieran la capacitación necesaria para escribir mensajes persuasivos que causen atracción en el público. Un programa que, sin duda, será fundamental para su desarrollo profesional en este campo. De esta manera, los alumnos podrán cumplir sus objetivos académicos, a la vez que la universidad cumple sus propias metas de ofrecer los mejores programas del momento.







“

*TECH te propone una oportunidad única  
para reorientar tu futuro laboral”*



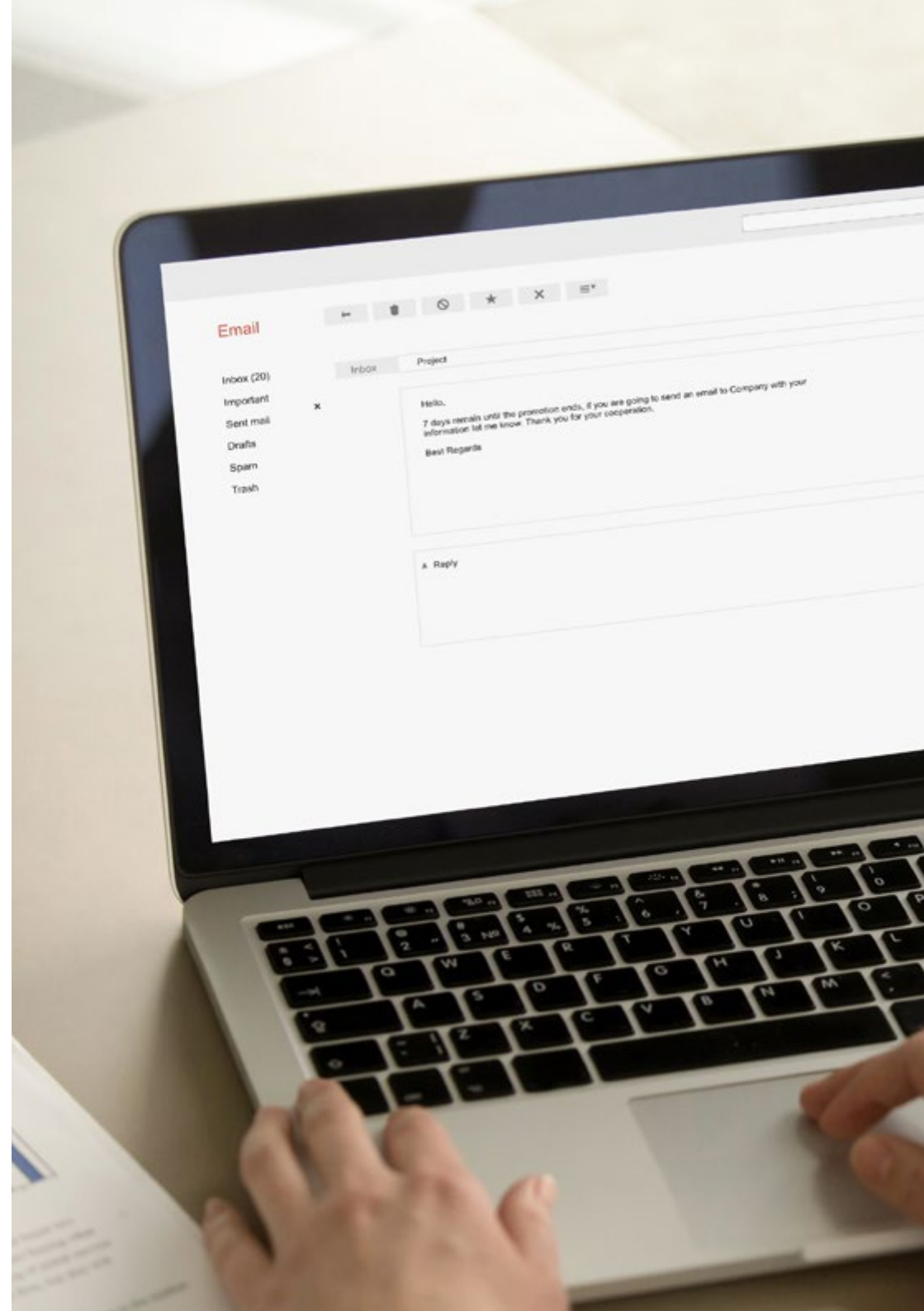
## Objetivo general

---

- ♦ Adquirir los conocimientos necesarios para realizar una adecuada comunicación publicitaria utilizando las herramientas más avanzadas



*Alcanza tus metas académicas con este Curso Universitario y aprende todo lo relacionado con el Lenguaje Publicitario”*





## Objetivos específicos

---

- ♦ Dominar los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello el conocimiento de la lengua española, analizando los distintos niveles y componentes que integran el sistema lingüístico del español, así como los productos discursivos que se enmarcan en las diferentes tipologías textuales
- ♦ Identificar los principios fundamentales de la creatividad humana y su aplicación en las manifestaciones propias de la comunicación persuasiva
- ♦ Saber aplicar los procesos creativos al ámbito de la comunicación, en especial al ámbito de la publicidad y las relaciones públicas
- ♦ Reconocer los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación persuasiva
- ♦ Reconocer la estructura y transformación de la sociedad actual en su relación con los elementos, formas y procesos de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas
- ♦ Fomentar la creatividad y la persuasión a través de los diferentes soportes y de los diferentes medios de comunicación
- ♦ Reconocer las herramientas significativas y apropiadas para el estudio de la publicidad y las relaciones públicas

03

# Estructura y contenido

El temario de este programa de TECH está compuesto por un nutrido contenido sobre lenguaje publicitario que ofrecerá a los alumnos la capacitación necesaria para conocer, de primera mano, cómo debe realizarse la comunicación persuasiva. Un programa muy bien estructurado que permitirá a los estudiantes realizar un estudio autoguiado que podrán seguir paso a paso a través de una metodología didáctica online que facilitará el aprendizaje y les permitirá ponerse al día en este campo.



“

*Un temario muy bien estructurado  
que te permitirá realizar un recorrido  
académico de gran calidad”*

## Módulo 1. Lenguaje Publicitario

- 1.1. Pensar y redactar: definición
  - 1.1.1. Definición de redacción publicitaria
  - 1.1.2. Antecedentes históricos de la redacción publicitaria y fases de profesionalización
- 1.2. Redacción publicitaria y creatividad
  - 1.2.1. Condicionantes de la redacción publicitaria
  - 1.2.2. Competencia lingüística
  - 1.2.3. Funciones del redactor publicitario
    - 1.2.3.1. Definición de las funciones del redactor publicitario
- 1.3. El principio de coherencia y conceptualización de campaña
  - 1.3.1. El principio de unidad de campaña
  - 1.3.2. El equipo creativo
  - 1.3.3. El proceso de conceptualización: la creatividad oculta
  - 1.3.4. ¿Qué es un concepto?
  - 1.3.5. Aplicaciones del proceso de conceptualización
  - 1.3.6. El concepto publicitario
  - 1.3.7. Utilidad y ventajas del concepto publicitario
- 1.4. Publicidad y retórica
  - 1.4.1. Redacción publicitaria y retórica
  - 1.4.2. Ubicación de la retórica
  - 1.4.3. Las fases de la retórica
    - 1.4.3.1. El discurso publicitario y los discursos retóricos clásicos
    - 1.4.3.2. Los topoi y la *Reason Why* como argumentación
- 1.5. Fundamentos y características de la redacción publicitaria
  - 1.5.1. La corrección
  - 1.5.2. La adaptación
  - 1.5.3. La eficacia
  - 1.5.4. Características de la redacción publicitaria
  - 1.5.5. Morfológicas: la nominalización
  - 1.5.6. Sintácticas: la desestructuración
  - 1.5.7. Gráficas: la puntuación enfática



- 1.6. Estrategias de la argumentación
  - 1.6.1. La descripción
  - 1.6.2. El entimema
  - 1.6.3. La narración
  - 1.6.4. La intertextualidad
- 1.7. Estilos y eslogan en la redacción publicitaria
  - 1.7.1. La longitud de la frase
  - 1.7.2. Los estilos
  - 1.7.3. El eslogan
  - 1.7.4. Una frase de origen bélico
  - 1.7.5. Las características del eslogan
  - 1.7.6. La elocución del eslogan
  - 1.7.7. Las formas del eslogan
  - 1.7.8. Las funciones del eslogan
- 1.8. Principios de la redacción publicitaria aplicada y el binomio *Reason Why + USP*
  - 1.8.1. Rigor, claridad, precisión
  - 1.8.2. Síntesis y simplicidad
  - 1.8.3. Condicionantes del texto publicitario
  - 1.8.4. Aplicación del binomio *Reason Why + USP*
- 1.9. Redacción publicitaria en medios convencionales y no convencionales
  - 1.9.1. La división *Above the Line/Below the Line*
  - 1.9.2. Integración: superando la polémica ATL- BTL
  - 1.9.3. Redacción publicitaria en televisión
  - 1.9.4. Redacción publicitaria en radio
  - 1.9.5. Redacción publicitaria en prensa
  - 1.9.6. Redacción publicitaria en medio exterior
  - 1.9.7. Redacción publicitaria en medios no convencionales
  - 1.9.8. Redacción publicitaria en Marketing directo
  - 1.9.9. Redacción publicitaria en medios interactivos
- 1.10. Criterios para la evaluación de un texto publicitario y otros casos de redacción
  - 1.10.1. Modelos clásicos de análisis publicitario
  - 1.10.2. Impacto y relevancia
  - 1.10.3. El *Check-List* del redactor
  - 1.10.4. Traducción y adaptación de textos publicitarios
  - 1.10.6. Nuevas tecnologías, nuevos lenguajes
  - 1.10.7. Redactar en la Web 2.0
  - 1.10.8. *Naming*, publicidad de guerrilla y otros casos de redacción publicitaria



*Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”*

04

# Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.





“

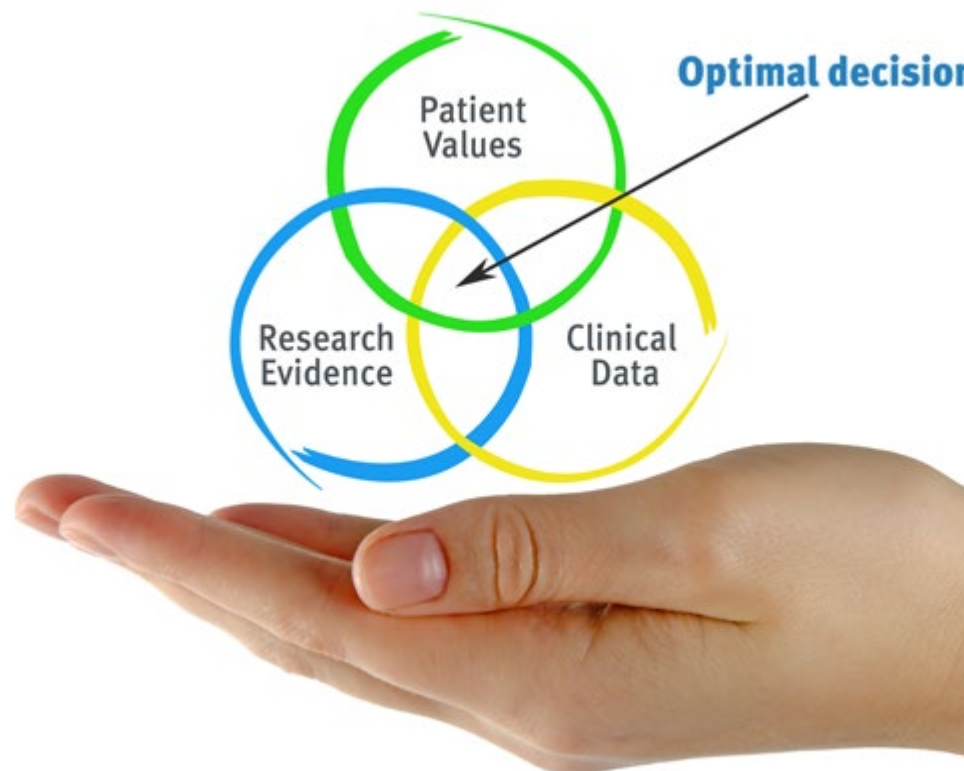
*Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”*

## Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

*Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”*



*Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.*



*El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.*

## Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

“ *Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera* ”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

## Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

*En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.*

En TECH se aprende con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

*El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.*

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



#### Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



#### Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



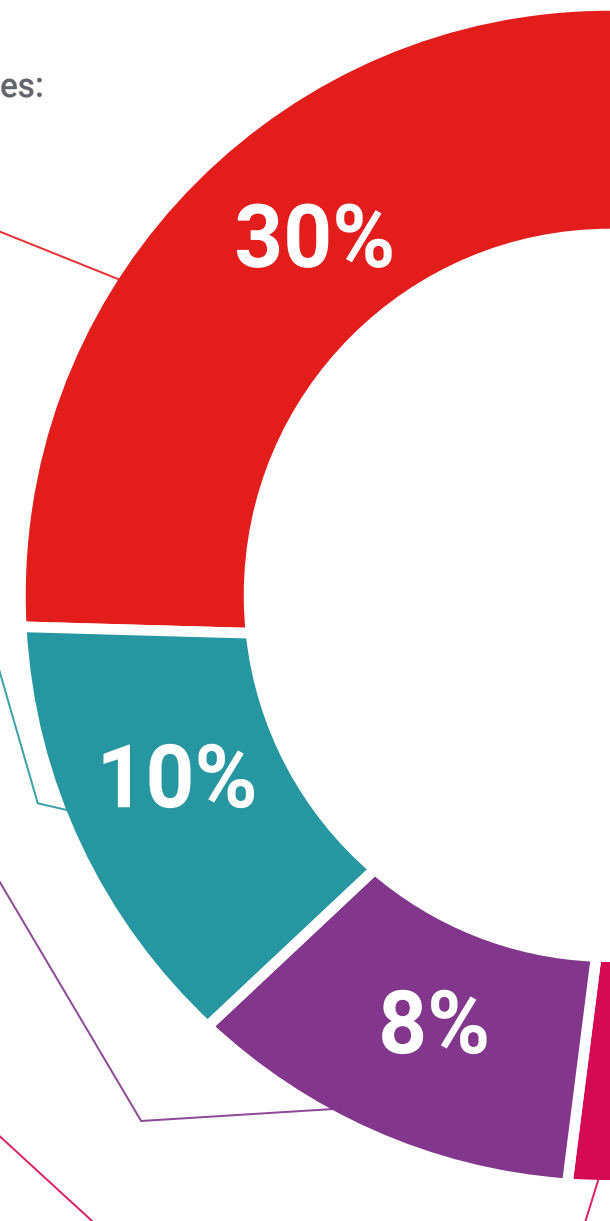
#### Prácticas de habilidades y competencias

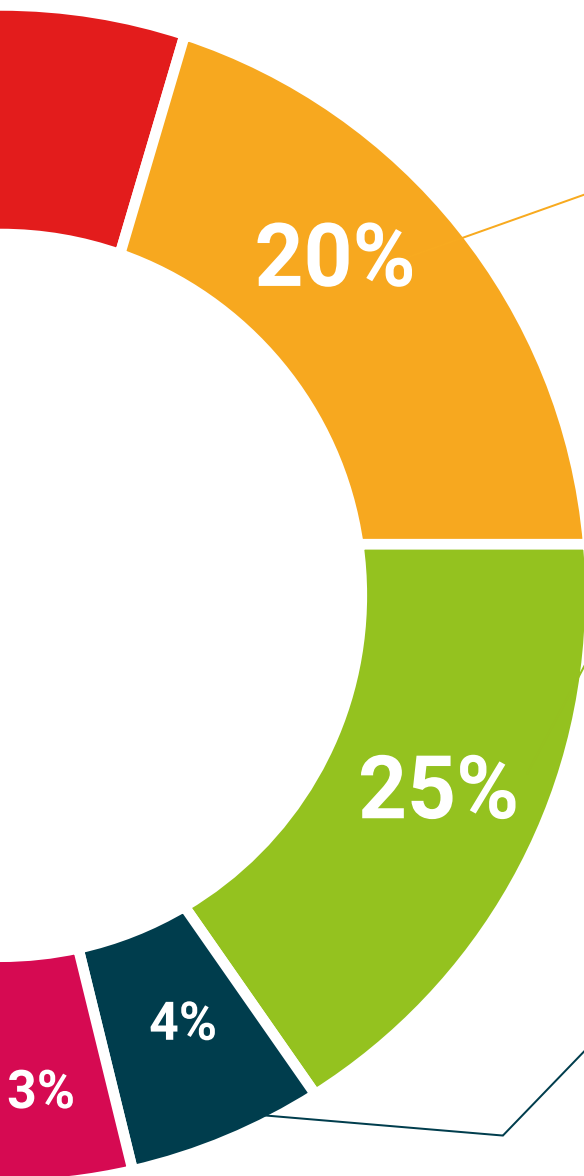
Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



#### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





**Case studies**

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



**Resúmenes interactivos**

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



**Testing & Retesting**

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



05

# Titulación

El Curso Universitario en Lenguaje Publicitario garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Curso Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.





“

*Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”*

Este **Curso Universitario en Lenguaje Publicitario** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal\* con acuse de recibo su correspondiente título de **Curso Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Curso Universitario, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Curso Universitario en Lenguaje Publicitario**

ECTS: **6**

N.º Horas Oficiales: **150 h.**



\*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



## Curso Universitario Lenguaje Publicitario

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 semanas
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Acreditación: 6 ECTS
- » Dedicación: 16h/semana
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

# Curso Universitario

## Lenguaje Publicitario