

# Diplomado

## Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas





## Diplomado

### Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas

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

Acceso web: [www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/cursos-universitario/historia-publicidad-relaciones-publicas](http://www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/cursos-universitario/historia-publicidad-relaciones-publicas)

# 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

Para convertirse en especialista en un área determinada, es imprescindible comprender cuáles han sido sus orígenes y cómo ha ido evolucionando a lo largo de la historia, teniendo en cuenta los cambios sociales producidos. En el ámbito de la publicidad y las Relaciones Públicas, el proceso es similar, ya que solo un conocimiento avanzado en este campo permitirá a los profesionales comprender por qué se han producido determinados cambios y buscar posibles inspiraciones en el pasado. Este programa de TECH, dirigido a los periodistas y comunicadores, ha sido desarrollado pensando en las necesidades académicas de dichos profesionales y cuenta con la información más completa y actualizada del mercado en este ámbito.



“

*La realización de este Diplomado te dará la capacitación necesaria para convertirte en un experto en publicidad y Relaciones Públicas, pudiendo desarrollarte con éxito en este ámbito laboral”*

Este Diplomado en Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas ofrece al estudiante un recorrido académico sobre la evolución del fascinante mundo de la comunicación persuasiva, escenificado por medio de las áreas de la publicidad y de las Relaciones Públicas. Así, utilizando la capacidad de síntesis propia de la publicidad, este programa plantea una perspectiva descentralizada de la evolución de la comunicación persuasiva, con especial énfasis en la comunicación publicitaria nacional e internacional. El estudio histórico de la comunicación persuasiva se plantea como un hecho determinante para entender todos los procesos actuales propios de las esferas de la publicidad y de las Relaciones Públicas.

La esencia de las Relaciones Públicas consiste en conocer, gestionar e investigar a los diferentes públicos que posee una organización, por lo que son fundamentales en el seno de las organizaciones, al contribuir a la gestión estratégica de la comunicación en las mismas. En este punto, el papel de los profesionales del periodismo es imprescindible, ya que se trata de personas que manejan con rigurosidad el lenguaje, por lo que están mejor preparados para adaptar sus mensajes a las necesidades del mercado.

Este programa es un repaso completo y concreto que habilitará al profesional 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 **Diplomado en Historia de la Publicidad y las Relaciones Públicas** contiene el programa educativo 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



*Estudia con la metodología didáctica más novedosa del panorama académico actual”*

“

*Gracias a la capacitación que te ofrece este Diplomado, podrás trabajar en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas con la solvencia de un profesional de alto nivel”*

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.

*Incorpórate a la élite profesional de la publicidad y las relaciones públicas ampliando tu capacitación en este campo.*

*Una experiencia de capacitación única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional.*



**Digital Advertising**

# 02 Objetivos

El principal objetivo de TECH es capacitar profesionales altamente cualificados para la experiencia laboral. Un objetivo que se consigue con la oferta de programas de primer nivel como este, que se centra en la historia de la publicidad y las Relaciones Públicas. Una meta que los alumnos podrán dar por adquirida en poco tiempo, al contar con toda la información necesaria para conocer cómo ha ido evolucionando la publicidad y las Relaciones Públicas a lo largo de la historia, estando mejor capacitados para su práctica diaria en este campo.







“

*Si tu objetivo es reorientar tu camino hacia el éxito, este es tu Diplomado. Un programa que aspira a la excelencia académica”*



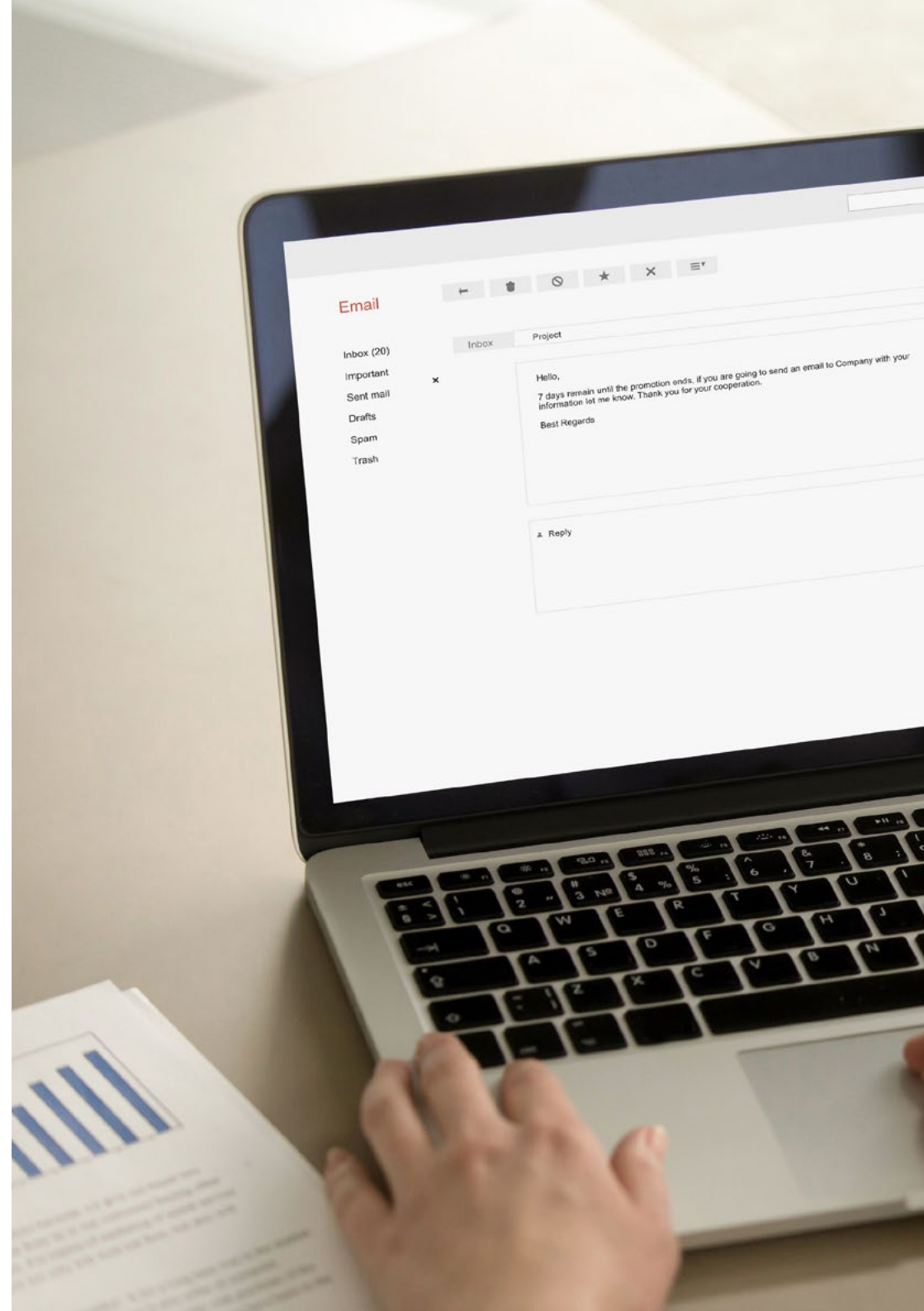
## Objetivo general

---

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



*Alcanza tus objetivos académicos con la realización de este completísimo programa”*





## Objetivos específicos

---

- ♦ Conocer y analizar los efectos de la comunicación publicitaria en la sociedad y en la cultura
- ♦ Conocer la evolución histórica de la publicidad y las Relaciones Públicas
- ♦ Saber relacionar el hecho publicitario con otras manifestaciones culturales tales como la literatura, el arte o el cine, entre otras
- ♦ Conocer 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
- ♦ Relacionar la publicidad y las Relaciones Públicas de manera coherente con otras ciencias sociales y humanas
- ♦ Reconocer los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación persuasiva

# 03

## Estructura y contenido

Este programa de TECH ha sido estructurado de tal manera que los alumnos sean capaces de realizar un recorrido académico de primer nivel, siguiendo los conceptos más relevantes sobre la historia de la publicidad y las Relaciones Públicas. De esta manera, los estudiantes podrán conocer en profundidad los orígenes de este campo profesional y cómo ha ido evolucionando hasta la actualidad, viendo ejemplos prácticos de su avance en la sociedad.





“

*Un recorrido académico que  
te elevará a los más altos  
estándares de profesionalidad”*

## Módulo 1. Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas

- 1.1. La actividad anunciadora anterior a la imprenta
  - 1.1.1. La publicidad en sus formas más primitivas
  - 1.1.2. Primeras manifestaciones
  - 1.1.3. El mundo antiguo
- 1.2. De la imprenta a la Revolución Industrial
  - 1.2.1. Algunos aspectos que contribuyeron a la aparición de la imprenta en Europa
  - 1.2.2. Primeras expresiones: folletos y carteles
  - 1.2.3. Marcas y etiquetas
  - 1.2.4. Los anuncios gritados y charlatanescos
  - 1.2.5. La enseña y el mural comercial
  - 1.2.6. El nacimiento de un nuevo medio
  - 1.2.7. Comunicación y poder: el control de la persuasión
- 1.3. Las revoluciones
  - 1.3.1. La publicidad y la Revolución Industrial
  - 1.3.2. El largo y tortuoso camino de la libertad de prensa
  - 1.3.3. De la propaganda a la publicidad
  - 1.3.4. Propaganda y publicidad política: conceptos
  - 1.3.5. Características de esta propaganda
  - 1.3.6. La Revolución Industrial en el nacimiento de la publicidad comercial
- 1.4. Nacimiento de la publicidad
  - 1.4.1. El origen de la publicidad comercial
  - 1.4.2. La revolución tecnológica
  - 1.4.3. Los sistemas de impresión
  - 1.4.4. El papel
  - 1.4.5. La fotografía
  - 1.4.6. El telégrafo
  - 1.4.7. La publicidad impresa
  - 1.4.8. Los carteles
- 1.5. Consolidación de la actividad publicitaria
  - 1.5.1. Factores económicos entre 1848-1914
  - 1.5.2. Nuevas formas de comercialización
  - 1.5.3. Los periódicos
  - 1.5.4. Las revistas
  - 1.5.5. El arte del cartel
  - 1.5.6. Fundamentos de la publicidad moderna
  - 1.5.7. Las agencias de publicidad americanas
  - 1.5.8. Técnica y oficio publicitario
- 1.6. La publicidad entre dos guerras
  - 1.6.1. Características del periodo 1914-1950
  - 1.6.2. La publicidad en la Primera Guerra Mundial
  - 1.6.3. Consecuencias de la Primera Guerra Mundial sobre la publicidad
  - 1.6.4. Las acciones publicitarias en la Segunda Guerra Mundial
  - 1.6.5. Consecuencias de la Segunda Guerra Mundial sobre la publicidad
  - 1.6.6. Los medios publicitarios
  - 1.6.7. El cartel y el diseño gráfico publicitario
  - 1.6.8. La publicidad exterior
  - 1.6.9. El cine
  - 1.6.10. El cine como medio de persuasión
  - 1.6.11. La radio
  - 1.6.12. La radio comercial
- 1.7. El desarrollo de la técnica publicitaria
  - 1.7.1. La actividad publicitaria entre 1914 y 1950
  - 1.7.2. La organización de la publicidad
  - 1.7.3. Agencias y estilos
- 1.8. La publicidad electrónica
  - 1.8.1. TV. La tercera dimensión de la publicidad
  - 1.8.2. La publicidad en las décadas 50 y 60
  - 1.8.3. La llegada de la televisión



- 1.9. La publicidad actual
  - 1.9.1. Introducción
  - 1.9.2. El contexto publicitario actual: una perspectiva tecnológica
  - 1.9.3. Principales retos de la comunicación publicitaria actual
  - 1.9.4. Principales oportunidades de la comunicación publicitaria actual
- 1.10. Historia de las Relaciones Públicas
  - 1.10.1. Los orígenes
  - 1.10.2. Bernays y sus aportaciones
  - 1.10.3. La expansión: las RR. PP. en la segunda mitad del siglo XX

“

*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.



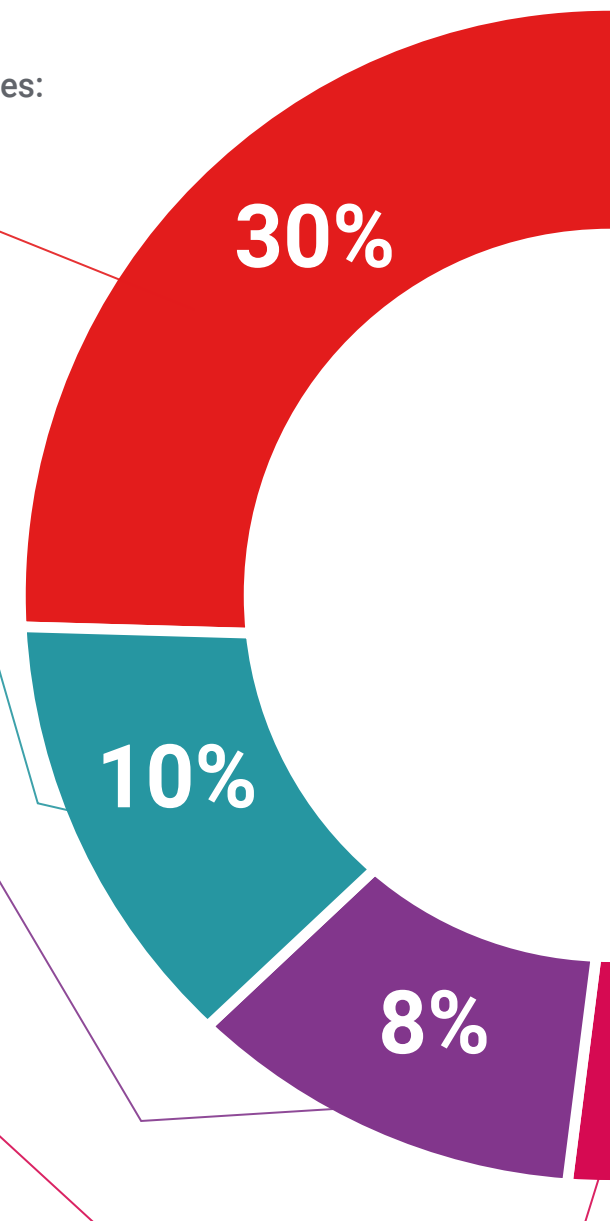
#### Prácticas de habilidades y competencias

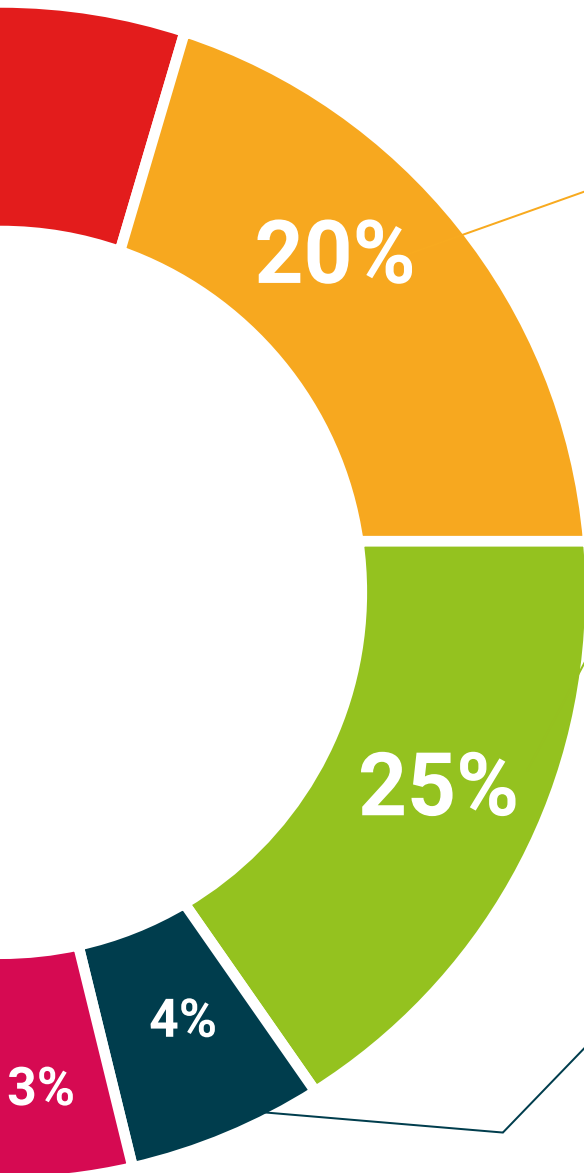
Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



#### 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 Diplomado en Historia de la Publicidad y las Relaciones Públicas garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Diplomado expedido por TECH Universidad Tecnológica.





“

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

Este **Diplomado en Historia de la Publicidad y las Relaciones Públicas** 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 **Diplomado** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

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

Título: **Diplomado en Historia de la Publicidad y las Relaciones Públicas**

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.



## Diplomado

### Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas

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

# Diplomado

## Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas

