

Espacio Curricular: **Organización de Empresas Publicitarias**

Carrera: **Tecnicatura Superior en Diseño Gráfico Computarizado**

Profesora: **D.G. Pasi Claudia**

Curso: **Primer Año**

Modalidad: **Anual**Año Lectivo: **2017**

Mi Empresa u Organización

Se realizará un trabajo que constará con varias partes, el cual se irá realizando durante el transcurso del cursado del espacio curricular, el cual será crear una empresa u Organización cuyo nombre y rubro será a elección del alumno, en donde establecerán su nombre o Naming junto con su Branding o marca/signo marcario/Logo para posteriormente detallar como está compuesto su organigrama, departamentalización, comunicación organizacional, competencia, lugar físico en donde estará ubicado, el FODA, presupuesto, insumos mensuales, etc. (todos los datos serán reales ya que la propuesta es en carácter de poder utilizarla, de ser posible para su realización o puesta).

Dicho trabajo se entregará al finalizar la cursada del espacio curricular, en una carpeta A4, formato vertical, con una caratula e índice diseñado y una conclusión de carácter personal acerca de la realización del trabajo práctico.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Claridad en el desarrollo del tema.

Capacidad de interrelación y diferencias entre los distintos ejemplos.

Pertinencia del tema analizado con los contenidos desarrollados en clase.

Presentación.

Ortografía y puntuación.

Uso del vocabulario técnico.

Referencia bibliográfica.

Entrega en tiempo y forma.

Formato de presentación

Trabajo individual.

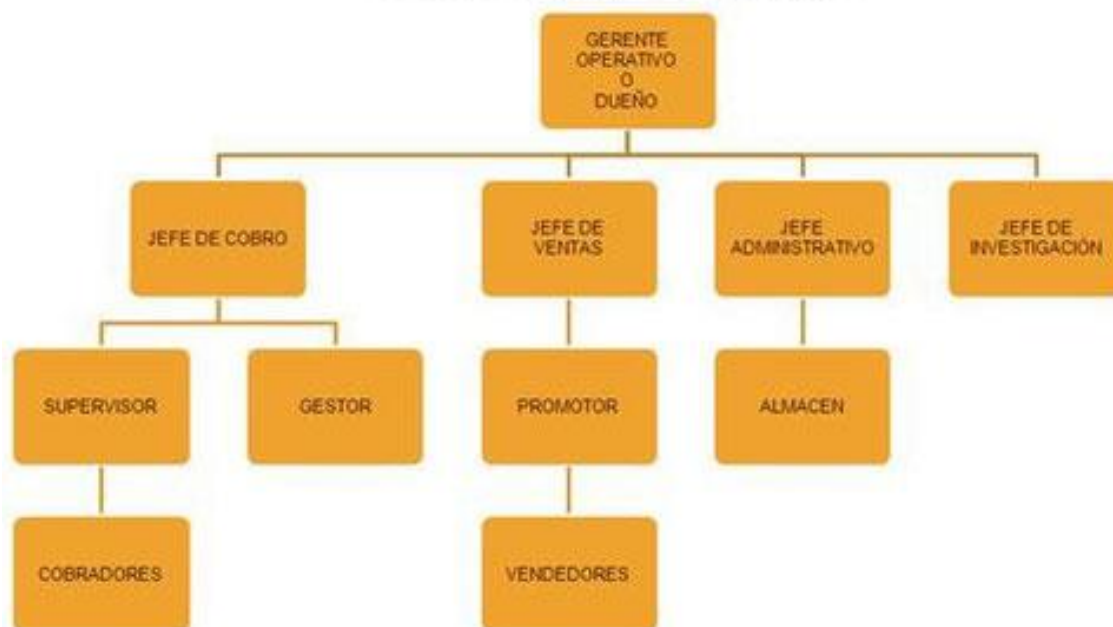
Impreso en hoja A4, Letra Arial 11, interlineado sencillo.

La carátula deberá contener:

- Nombre del Instituto: Instituto Superior de Informática y Administración
- Carrera: Tecnicatura Superior en Diseño Gráfico computarizado
- Materia: Organización de empresas Publicitarias.
- Trabajo Práctico N°
- Nombre del alumno:
- Profesora: D. G. Pasi Claudia
- Año:
- Desarrollo en no más de 10 carillas.
- Carilla N° 1 "caratula"
- Carilla N° 2 a la 6 "desarrollo del trabajo práctico"
- Conclusión personal
- Bibliografía

TRABAJO N°1 ORGANIZACIÓN Y EMPRESA

ORGANIGRAMA



CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Claridad en el desarrollo del tema.
Capacidad de interrelación y diferencias entre los distintos ejemplos.
Pertinencia del tema analizado con los contenidos desarrollados en clase.
Presentación.
Ortografía y puntuación.
Uso del vocabulario técnico.
Referencia bibliográfica.
Entrega en tiempo y forma.

Formato de presentación

Trabajo individual.
Impreso en hoja A4, Letra Arial 11, interlineado sencillo.
La carátula deberá contener:
Nombre del Instituto
Carrera: Tecnicatura Superior en Diseño Gráfico computarizado
Materia: **Organización de empresas Publicitarias.**
Trabajo Práctico N°
Nombre del alumno:
Profesora: Pasi Claudia
Año:
Desarrollo en no más de 7 carillas.
Carilla N° 1 "carátula"
Carilla N° 2 a la 6 "desarrollo del trabajo práctico"
Carilla N° 7 "bibliografía"

Actividad

Trabajo Práctico

Lectura del apunte dado por la catedra.

Objetivos

Diferenciar los conceptos de Empresa y Organización

Diseño de Organigrama

Condiciones de entrega:

- por e-mail: prof-pasic@hotmail.com o claudiamariavaleriap5@gmail.com

- Nombre de Archivo: Org. de Empresa Publicitaria_Nombre Alumno_1erAño_Trabajo N°

Actividades:

A partir del texto otorgado por la catedra responder las siguientes preguntas:

1. ¿Que son las organizaciones?
2. ¿Cómo se clasifican las Organizaciones?
3. ¿Porque existe las Organizaciones en una sociedad?
4. ¿La empresa es una Organización?
5. ¿Cuáles son las características de una Empresa?
6. Diseñar un organigrama de la empresa que crearán (Nombre Ficticio) rubro a elección del alumno.
7. Detallar a continuación lugar en donde estará ubicada, competencia directa, materiales y/o insumos que necesitará, FODA, etc.



TRABAJO N°2 DEPARTAMENTALIZACION

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Claridad en el desarrollo del tema.
Capacidad de interrelación y diferencias entre los distintos ejemplos.
Pertinencia del tema analizado con los contenidos desarrollados en clase.
Presentación.
Ortografía y puntuación.
Uso del vocabulario técnico.
Referencia bibliográfica.
Entrega en tiempo y forma.

Formato de presentación

Trabajo individual.
Impreso en hoja A4, Letra Arial 11, interlineado sencillo.
La carátula deberá contener:
Nombre del Instituto
Carrera: Tecnicatura Superior en Diseño Gráfico computarizado
Materia: **Organización de empresas Publicitarias.**
Trabajo Práctico N°
Nombre del alumno:
Profesora: Pasi Claudia
Año:
Desarrollo en no más de 7 carillas.
carilla N° 1 "caratula"
Carilla N° 2 a la 6 "desarrollo del trabajo práctico"
Carilla N° 7 "bibliografía"

Actividad

Trabajo Práctico
Lectura del apunte dado por la catedra.

Objetivos

Conceptualizar Departamentalización e identificar los diferentes esquemas de departamentos

Condiciones de entrega:

- por e-mail: prof-pasic@hotmail.com o claudiamariavaleriap5@gmail.com
- Nombre de Archivo: Org. de Empresa Publicitaria_Nombre Alumno_1erAño_Trabajo N°

Actividades:

A partir del texto e imágenes otorgado por la catedra:

- 1 - Identificar los esquemas de departamentalización con sus respectivos nombres.
- 2 - Una vez que se identificó los nombres debajo de cada esquema colocar su nombre, por que recibe ese nombre, sus ventajas y desventajas.
- 3 - Responder a modo personal, ¿Te parece que todas las empresas pueden tener la misma departamentalización o que hay una departamentalización optima o perfecta.



INSTITUTO SUPERIOR
DE INFORMÁTICA Y ADMINISTRACIÓN LT-7

TECNICATURA SUPERIOR
EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

OEP

Profesora: D. G. Claudia Pasi

Trabajo Practico N° 3 PUBLICIDAD

MARCA O SIGNO MARCARIO



CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Claridad en el desarrollo del tema.
Capacidad de interrelación y diferencias entre los distintos ejemplos.
Pertinencia del tema analizado con los contenidos desarrollados en clase.
Presentación.
Ortografía y puntuación.
Uso del vocabulario técnico.
Referencia bibliográfica.
Entrega en tiempo y forma.

Formato de presentación

Trabajo individual.
Impreso en hoja A4, Letra Arial 11, interlineado sencillo.
La carátula deberá contener:
Nombre del Instituto
Carrera: Tecnicatura Superior en Diseño Gráfico computarizado
Materia: **Organización de empresas Publicitarias.**
Trabajo Práctico N°
Nombre del alumno:
Profesora: Pasi Claudia
Año:
Desarrollo en no más de 7 carillas.
Carilla N° 1 "caratula"
Carilla N° 2 a la 6 "desarrollo del trabajo práctico"
Carilla N° 7 "bibliografía"

Actividad

Trabajo Práctico

Diseño de marca o signo marcario de su empresa, junto con el diseño de su tarjeta personal (9cmx5cm).

Objetivos

Aplicar los conceptos enseñados en clase sobre Publicidad, objetivos, tipo de publicidad y análisis publicitario: código lingüístico – connotación y denotación.

Condiciones de entrega:

- Grabado en un solo archivo PDF.
- por e-mail: prof-pasic@hotmail.com o al claudiamariavaleriap5@gmail.com
- Nombre de Archivo: Diseñocomputarizado2_Nombre Alumno_1ºAño_Trabajo N°

Actividades:

Realizar la marca o signo marcario de la empresa, junto con el diseño de su tarjeta personal (9cmx5cm).



INSTITUTO SUPERIOR
DE INFORMÁTICA Y ADMINISTRACIÓN LT-7

TECNICATURA SUPERIOR
EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

OEP

Profesora: D. G. Claudia Pasi

TRABAJO N°4 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL



CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Claridad en el desarrollo del tema.
Capacidad de interrelación y diferencias entre los distintos ejemplos.
Pertinencia del tema analizado con los contenidos desarrollados en clase.
Presentación.
Ortografía y puntuación.
Uso del vocabulario técnico.
Referencia bibliográfica.
Entrega en tiempo y forma.

Formato de presentación

Trabajo individual.
Impreso en hoja A4, Letra Arial 11, interlineado sencillo.
La carátula deberá contener:
Nombre del Instituto
Carrera: Tecnicatura Superior en Diseño Gráfico computarizado
Materia: **Organización de empresas Publicitarias.**
Trabajo Práctico N°
Nombre del alumno:
Profesora: Pasi Claudia
Año:
Desarrollo en no más de 7 carillas.
Carilla N° 1 "caratula"
Carilla N° 2 a la 6 "desarrollo del trabajo práctico"
Carilla N° 7 "bibliografía"

Actividad

Trabajo Práctico
Lectura del apunte dado por la catedra.

Objetivos

Conceptualizar Departamentalización e identificar los diferentes esquemas de departamentos

Condiciones de entrega:

- por e-mail: prof-pasic@hotmail.com o claudiamariavaleriap5@gmail.com
- Nombre de Archivo: Org. de Empresa Publicitaria_Nombre Alumno_1erAño_Trabajo N°

Actividades:

A partir la bibliografía e imágenes otorgadas por la catedra:

Responder las siguientes preguntas:

1. Describa ¿Cómo es la comunicación en las organizaciones?
2. La comunicación es un proceso social?
3. Como es la comunicación entre las culturas?
4. ¿Cuál es la naturaleza de la comunicación?
5. ¿Cuáles son las diferencias del lenguaje?
6. Describir los elementos de la comunicación no verbal
7. El lenguaje cambio por las tecnologías de la comunicación?
8. Describir los propósitos de la comunicación organizacional
9. ¿Cuáles son los métodos de la comunicación?
10. ¿Realizar un cuadro comparativo entre la comunicación oral y la escrita
11. ¿Qué es la comunicación no verbal?
12. Describir los elementos que componen el proceso de comunicación
13. ¿Cómo es el proceso electrónico de información y las telecomunicaciones?
14. ¿Que son y que hacen las redes de comunicación?
15. Describir por medio de cuadro sinóptico las redes en los grupos pequeños. Que son los grupos pequeños?
16. Las organizaciones sus redes de comunicación. Describirlos brevemente.
17. Si hablamos de gestión de la comunicación de que estamos hablando?
18. ¿Qué es la ética en las organizaciones?
19. ¿Cómo es la comunicación intra-inter personal en las organizaciones?
20. ¿Cuál es el proceso de la comunicación? .Describirlo.

TRABAJO N°5 ANALISIS FODA



ANÁLISIS FODA: también conocido como análisis FODA o DOFA, es una herramienta de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada. Proviene de las siglas en inglés SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities y Threats*).

Es una herramienta para conocer la situación real en que se encuentra una organización, empresa o proyecto, y planear una estrategia de futuro.²

Este recurso fue creado a principios de la década de los setenta y produjo una revolución en el campo de la estrategia empresarial. El objetivo del análisis DAFO es determinar las ventajas competitivas de la empresa bajo análisis y la estrategia genérica a emplear por la misma que más le convenga en función de sus características propias y de las del mercado en que se mueve.

El análisis consta de cuatro pasos:

- Análisis Externo (también conocido como "Modelo de las cinco fuerzas de Porter")
- Análisis Interno
- Confección de la matriz DAFO o FODA
- Determinación de la estrategia a emplear

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Claridad en el desarrollo del tema.

Capacidad de interrelación y diferencias entre los distintos ejemplos.

Pertinencia del tema analizado con los contenidos desarrollados en clase.

Presentación.

Ortografía y puntuación.



INSTITUTO SUPERIOR
DE INFORMÁTICA Y ADMINISTRACIÓN LT-7

TECNICATURA SUPERIOR
EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

OEP

Profesora: D. G. Claudia Pasi

Uso del vocabulario técnico.
Referencia bibliográfica.
Entrega en tiempo y forma.

Formato de presentación

Trabajo individual.

Impreso en hoja A4, Letra Arial 11, interlineado sencillo.

La carátula deberá contener:

Nombre del Instituto

Carrera: Tecnicatura Superior en Diseño Gráfico computarizado

Materia: **Organización de empresas Publicitarias.**

Trabajo Práctico N°

Nombre del alumno:

Profesora: Pasi Claudia

Año:

Desarrollo en no más de 7 carillas.

Carilla N° 1 "caratula"

Carilla N° 2 a la 6 "desarrollo del trabajo práctico"

Carilla N° 7 "bibliografía"

Actividad

Trabajo Práctico

A partir la bibliografía e imágenes otorgadas por la catedra:

Objetivos

Aplicar los conceptos enseñados en clase sobre Publicidad, objetivos, tipo de publicidad y análisis publicitario: código lingüístico – connotación y denotación.

Condiciones de entrega:

- Grabado en un solo archivo PDF.

por e-mail: prof-pasic@hotmail.com o al claudiamariavaleriap5@gmail.com

- Nombre de Archivo: Diseñocomputarizado2_Nombre Alumno_1ºAño_Trabajo N°

Actividades:

Realizar la el análisis FODA de la empresa creada.

TRABAJO N°6 BRIEF

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Claridad en el desarrollo del tema.
Capacidad de interrelación y diferencias entre los distintos ejemplos.
Pertinencia del tema analizado con los contenidos desarrollados en clase.
Presentación.
Ortografía y puntuación.
Uso del vocabulario técnico.
Referencia bibliográfica.
Entrega en tiempo y forma.

Formato de presentación

Trabajo individual.

Impreso en hoja A4, Letra Arial 11, interlineado sencillo.

La carátula deberá contener:

Nombre del Instituto

Carrera: Tecnicatura Superior en Diseño Gráfico computarizado

Materia: **Organización de empresas Publicitarias.**

Trabajo Práctico N°

Nombre del alumno:

Profesora: Pasi Claudia

Año:

Desarrollo en no más de 7 carillas.

Carilla N° 1 "carátula"

Carilla N° 2 a la 6 "desarrollo del trabajo práctico"

Carilla N° 7 "bibliografía"

Actividad

Trabajo Práctico

A partir la bibliografía e imágenes otorgadas por la catedra:

1-Realizar un BRIEF de producto o de publicidad

Detallado a continuación

Que es el Branding?.

Mencione su estructura.

Qué es el poder de la marca?.

Cuáles son los elementos visuales de la marca?

Cuál es el papel del color en la identidad?

Cuál es el papel de la tipografía en la marca?

2-Confeccionar un cuadro comparativo entre Brief de producto y Brief Publicitario, describir los objetivos, las características y la utilidad del producto y analizar ambos y sacar una conclusión.

Elaborar un cuadro sinóptico o red conceptual con los contenidos del Brief.

3- Desarrolle el brief elegido, en el que se detallara:

- Marca.



- Imagen gráfica.
- Merchandising.

4 Describir lo siguiente:

- Definición y concepto de Brief.
- Contenidos del Brief.
- Brief de producto.
- Brief publicitario.
- Categoría de producto.
- Marca.
- Producto.
- Público objetivo.
- Mercado.
- Estrategia de marketing.
- Estrategia de comunicación.
- Estrategia de medios.
- Estrategia de promoción.
- Distintos perfiles de Brief.
- Presupuesto.
- Plazos.
- Funciones de departamento de producción gráfica.
- Departamento de compras en la empresa.

5-Realizar en Prezi una presentación en la cual se podrá observar lo siguiente:

1. Marca.
2. Producto.
3. Imagen gráfica.
4. Merchandising.
5. Definición y concepto de Brief.
6. Contenidos del Brief.
7. Brief de producto.
8. Brief publicitario.
9. Categoría de producto.
10. Público objetivo.
11. Mercado.
12. Estrategia de marketing.
13. Estrategia de comunicación.
14. Estrategia de medios.
15. Estrategia de promoción.
16. Distintos perfiles de Brief.
17. Presupuesto.
18. Plazos.
19. Funciones de departamento de producción gráfica.
20. Departamento de compras en la empresa.