



Analista en  
**Publicidad y  
Comunicación Digital**

2 años de cursos

[fcd.ort.edu.uy/tec/publicidad](http://fcd.ort.edu.uy/tec/publicidad)

# ➤ Analista en Publicidad y Comunicación Digital

## Perfil del graduado

La carrera brinda una amplia formación, tanto en lo teórico como en lo práctico, en lo relativo a la publicidad y el marketing tradicional y digital, con énfasis en el dominio de la gestión de la comunicación online.

Al finalizar la carrera el graduado está habilitado para:

- participar en la planificación, realización y evaluación de campañas publicitarias y de bien público;
- desempeñarse como community manager;
- colaborar en departamentos de publicidad online y marketing digital;
- trabajar en la investigación de productos y servicios;
- intervenir en la planificación de medios para diversas campañas;
- gestionar campañas y estrategias online en redes sociales;
- asesorar en la comunicación digital a empresas que gestionan comunidades virtuales;
- desarrollar sus propios emprendimientos con énfasis digital.

Por su perfil, el graduado puede incorporarse eficazmente en el mercado laboral –local y regional- en empresas de todo porte que tengan presencia de marca o producto en formatos tradicionales y digitales, agencias publicitarias y consultoras, departamentos de publicidad empresariales, productoras y medios de comunicación, así como emprender sus propios proyectos.

## Enfoque curricular y metodología de enseñanza

La carrera se caracteriza por una orientación definida hacia las temáticas específicas de la tarea publicitaria: marketing, atención al cliente, planificación de medios, creatividad e investigación de mercado, con énfasis en el dominio de los procesos de comunicación y posicionamiento de marcas en entornos digitales. El método pedagógico combina el enfoque teórico con el práctico e incluye dinámicas de equipo, proyectos individuales y elaboración de trabajos de campo.

## Recursos académicos

Los estudiantes tienen acceso a los recursos informáticos y bibliográficos de la universidad, incluyendo una moderna biblioteca y bases de datos, estudios de radio y TV y salas de postproducción de video y grabación, que cubren las necesidades principales en las áreas de conocimiento de la carrera.

La facultad brinda además un espectro variado de actividades extracurriculares sin costo adicional.

Con el objetivo de facilitar a los estudiantes el acceso a empresas de publicidad, productoras y medios, la Facultad de Comunicación y Diseño mantiene acuerdos con la Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad (AUDAP), el Círculo Uruguayo de la Publicidad y con numerosas agencias, consultoras y productoras.

# Plan de estudios

Sem.	1.º año					
I	El lenguaje de la publicidad	Expresión oral y escrita	Redes sociales	Marketing	Comunicación en social media	
II	Creatividad publicitaria 1	Redacción institucional	El rol del community manager	Marketing digital		
Sem.	2.º año					
III	Creatividad publicitaria 2	Redacción para redes sociales	Investigación y mediciones en la web	Marketing estratégico		
IV	Planificación de medios	Gestión de proyectos en social media	E-business	Campaña publicitaria		



## Título: Analista en Publicidad y Comunicación Digital

- Duración: 2 años de cursos
- Requisito de ingreso: 5.º año de secundaria (cualquier orientación)



## ➤ Síntesis de contenidos curriculares

### **El lenguaje de la publicidad**

Presenta la publicidad como proceso de comunicación humano y como práctica profesional: sus principios y su interacción con otras disciplinas. Analiza los conceptos básicos sobre el funcionamiento de agencias y mercado. Introduce en las temáticas propias del ejercicio profesional, investigación de mercado, comportamiento del consumidor, estrategia creativa, posicionamiento y planificación de medios, entre otros.

### **Expresión oral y escrita**

Trabaja en la producción profesional de textos escritos y presentaciones orales. Enseña las reglas gramaticales que el dominio de la redacción requiere, y los conceptos clave en la composición de textos expresivos, empresariales e institucionales. Ejercita las habilidades y destrezas de la oralidad: el monólogo, el coloquio, el debate y la mesa redonda. Enfatiza en las técnicas de la argumentación.

### **Redes sociales**

Presenta su utilidad y alcance a nivel profesional y empresarial. Analiza los métodos de obtención y difusión de información, el trabajo activo para el desarrollo de contactos estratégicos y la construcción de imagen y visibilidad de una empresa. Estudia las redes de contenido y geolocalización y las tácticas para entablar relaciones, conexiones y negocios.

### **Marketing**

Trabaja los componentes de la gestión de marketing: sus variables y conceptos básicos (necesidad, deseo, demanda, intercambio), el mercado y su segmentación, el producto y su precio y los sistemas de distribución, información y comunicación. El estudiante analiza y diseña campañas de publicidad y relaciones públicas adecuadas a las demandas de los clientes.

### **Comunicación en social media**

Analiza el desarrollo de la comunicación digital y su impacto en el comportamiento de las personas. Enseña cómo construir marcas y sostenerlas en social media. Explica las tendencias tecnológicas transformadoras de la economía y los modelos de negocios, desde la perspectiva del marketing y la publicidad. Entrena en el desarrollo de un plan de marketing digital.

### **Creatividad publicitaria 1 y 2**

Expone y ejercita técnicas y metodologías diversas de creación para desarrollar aptitudes creativas aplicables en publicidad. Estudia el proceso de construcción de mensajes, así como el diseño y la realización de piezas y campañas para los diferentes medios (televisión, radio, soportes gráficos y plataformas digitales), en el marco de estrategias comunicacionales concretas.

### **Redacción institucional**

Ejercita la escritura para formatos típicos de relaciones públicas y la comunicación corporativa (comunicados de prensa, newsletters, gacetillas, afiches, brochures, editoriales y perfiles). Incluye la producción de noticias y entrevistas y el manejo de fuentes y géneros de opinión. Aplica la adecuación del estilo al público en prensa, radio, TV y plataformas digitales.

### **El rol del community manager**

Define el perfil y las funciones que cumple un community manager. Enseña cómo gestionar una comunidad virtual, moderar las conversaciones y dinamizarlas, gestionar las crisis, el tratamiento de conflictos y sus resoluciones. Brinda políticas de gestión editorial y de conversación. Propone herramientas de medición, control y gestión de comunidades.

## Marketing digital

Propone comprender los nuevos medios y el manejo idóneo de las herramientas de investigación, implementación, comunicación, comercialización y medición de resultados de productos y servicios. Trabaja sobre el tráfico de una página con énfasis en los medios sociales y buscadores, así como sobre la innovación en modelos de negocios.

## Redacción para redes sociales

Entrena en la redacción estratégica para diversas organizaciones. Abarca diferentes formatos y géneros, desde soportes digitales tradicionales hasta los más novedosos e interactivos. Enfatiza en los rasgos distintivos de la redacción para los nuevos medios y la escritura para soportes tradicionales, en función de diseñar campañas de comunicación para redes sociales.

## Investigación y mediciones en la web

Presenta herramientas para la investigación 2.0 en la web: construcción de sistemas de escucha en las redes, búsqueda de fuentes relevantes y de influenciadores, sistema de inteligencia competitiva y vigilancia tecnológica, metodologías de evaluación de usabilidad, métricas y sistemas de medición.

## Marketing estratégico

Desarrolla el análisis y la planificación estratégica como ejes fundamentales en los procesos de comunicación publicitaria, y adecúa el método y los contenidos a los objetivos comunicacionales. Profundiza en el comportamiento del consumidor, las técnicas para crear conciencia sobre productos, servicios y organizaciones y la incidencia en las actitudes de consumo.

## Planificación de medios

Aporta las herramientas necesarias para el análisis y la evaluación del potencial publicitario de los medios de comunicación (radio, TV, medios gráficos y digitales). Capacita en gestión y simulación de pautas, medición de audiencias y público objetivo, y brinda los elementos necesarios para el análisis de audiencias específicas en términos de volumen y calidad.

## Gestión de proyectos en social media

Define un proyecto en social media y los principios básicos de su gestión, y distingue los diferentes escenarios posibles. Enseña a desarrollar una estrategia y táctica, y cómo materializarla en un plan de acción. Entrena en la organización y los procesos a cumplir, la formación de equipos y las estrategias de implementación requeridas.

## E-business

Analiza los desafíos del comercio electrónico y sus oportunidades y amenazas como nuevo modelo de negocios. Presenta las herramientas teóricas y prácticas implicadas, con foco estratégico y empresarial. Enfatiza en la importancia del diseño de interacción y entrena en el dominio de la metodología, en el marco de proyectos de índole diversa.

## Campaña publicitaria

Capacita en la preparación, elaboración y evaluación de campañas publicitarias a partir del brief y el tránsito por todas las fases del proceso: el diseño de la estrategia comunicacional y de marketing, el desarrollo de la creatividad (guiones, bocetos, menciones de radio, *storyboard*, piezas digitales), la producción y la instancia de presentación y lanzamiento.

Próximo comienzo:

marzo

Frecuencia:

4 días por semana

Rango de horarios:

Nocturno: de lunes a jueves  
de 18:30 a 23:00 hs.

Por más información sobre esta carrera,  
podés solicitar una entrevista personal  
al coordinador académico,  
Dr. Héctor Bajac (tel. 2908 0677 int. 3117,  
infocomunicacion@ort.edu.uy).

## Apoyo a la inserción laboral

A través de la Coordinación de Graduados, la universidad brinda servicios de apoyo a estudiantes avanzados y graduados para facilitar su inserción laboral. Incluyen información y contactos para oportunidades laborales, gestión de pasantías rentadas, capacitación en redacción de antecedentes, presentación a entrevistas de selección laboral, asesoramiento para la creación de empresas e inclusión de los datos de los graduados en las principales selectoras de personal de nuestro país.

La Universidad ORT Uruguay se reserva el derecho de realizar ajustes de fechas, horarios y contenidos. Las inscripciones están sujetas a quórum mínimo por turno. Los horarios mencionados no incluyen las prácticas. La universidad admite el ingreso condicional a carreras cortas hasta con tres previas (por un año).



*Educando para la vida*



EscuelaComunicacionORTUy



@ComunicacionORT



@Comunicacion\_ORT



universidadort

Escuela de Comunicación  
Facultad de Comunicación y Diseño  
Av. Uruguay 1185, 11100, Montevideo, Uruguay, tel. 2908 0677  
info@ort.edu.uy - ort.edu.uy

El diseño de este folleto se realizó con las siguientes tipografías originales uruguayas: Económica, de Vicente Lamónaca; Quiroga, de Fernando Díaz; y Ramba, de Martín Sommaruga, licenciados y docentes de la Universidad ORT Uruguay. Gestión de color: Gabriel Pasariña. Diseño gráfico: María Fernanda Núñez, María Laura Fernández y Fernando Dotta, docentes de la Escuela de Diseño.