Instituto Peruano de Arte y Diseño

CURSO	:	**Semiótica Publicitaria Online**
DURACIÓN	:	**32 Horas (8 Sesiones o 16 Sesiones)**
PRE – REQUISITO	:	**Conocimiento básico sobre conceptos de marketing y publicidad**

SUMILLA

El curso de Semiótica Publicitaria forma parte del componente de formación especializada en el área de Marketing y Publicidad, su enseñanza es teórica – práctica y se orienta al análisis creativo de piezas publicitarias diversas tanto para bienes como para servicios, buscando que la construcción mental y creativa, así como la pre producción de una campaña publicitaria sea un proceso más ágil y consciente en su comunicación. Para lograrlo, este curso enseña los conceptos básicos de cómo analizar un aviso publicitario gráfico o audiovisual dependiendo de su contexto y grupo objetivo, respaldado en la investigación permanente y la comprensión plena de conceptos de análisis semiológico sobre significación, identificaciones conceptuales de carácter técnico, comprensión de imágenes y textos e interpretación de estructuras comunicacionales.

REQUISITOS

- Una PC (con cámara web, micrófono y audífono), o laptop.
- Buena conexión a internet.
- Espacio libre de distracciones y ruidos.
- Cuaderno o libreta de anotaciones y lapicero.
- Descargar e instalar ZOOM https://zoom.us/download

SES	CONTENIDO
1	**INTRODUCCIÓN A LA SEMIÓTICA EN GENERAL** • Marco teórico • Reseña histórica • Corrientes de estudio
2	**EL LENGUAJE VISUAL** • Signo y símbolo • Principios de semiótica
3	**RASTREO FORMAL PUBLICITARIO** • Comprensión e interpretación • Ejemplo de aplicación
TRAB	ANÁLISIS 1: RASTRO FORMAL DE AVISO PUBLICITARIO GRÁFICO Realizar, en archivo Word, el análisis básico de un aviso publicitario gráfico que el profesor entrega aplicando los conceptos de las sesiones 2 y 3.
4	**REVISIÓN DE TRABAJOS:** • Revisión guiada de análisis de rastreo formal publicitario
5	**TIPOS DE SIGNOS 1:** • Triada de Pierce - Cualisigno - Sinsigno - Legisigno - Ícono
6	**TIPOS DE SIGNOS 2:** • Decisigno - Índice - Rema - Argumento
TRAB	ANÁLISIS 2: IDENTIFICACIÓN DE SIGNOS EN AVISOS PUBLICITARIOS - Expositivo Realizar, en archivo PPT, la identificación de tipos de signos en diferentes avisos publicitarios gráficos de libre elección aplicando los conceptos de las sesiones 4 y 5.

7	**EXPOSICIONES DE TIPOS DE SIGNOS** • Presentación en PPT de análisis de signos en diferentes anuncios publicitarios gráficos
8	**REPRESENTACIÓN DE IMAGEN PUBLICITARIA 1** • Signo icónico • Rango cultural • Imagen natural e imagen artifical
9	**REPRESENTACIÓN DE IMAGEN PUBLICITARIA 2** • Imagen natural e imagen artificial • Presentación de caso publicitario
TRAB	ANÁLISIS 3: PROCESO DE REPRESENTACIÓN PUBLICITARIA Realizar, en archivo Word, el proceso de análisis de los que la marca y el mensaje representan en su comunicación a través de un aviso publicitario gráfico que entrega el profesor del curso, aplicando los conceptos de las sesiones 8 y 9.
10	**LA SIGNIFICACIÓN** • Significante y Significado • Cuadro de significación • Comprensión: Signo - Símbolo - Señal
11	**RASTREO TÉCNICO PUBLICITARIO 1** • Terminología publicitaria
12	**RASTREO TÉCNICO PUBLICITARIO 2** • Estado de competencia • Ejemplo de análisis publicitario
TRAB	ANÁLISIS 4: ANÁLISIS DE SIGNIFICACIÓN Realizar, en archivo en PPT, un análisis de significación de un grupo de avisos publicitarios gráficos creados a partir de los datos que indica el profesor, aplicando los conceptos de la sesión 10.
13	**EXPOSICIONES DE ANÁLISIS DE SIGNIFICACIÓN** • Presentación en PPT de análisis de significación en una campaña publicitaria gráfica
14	**PARADIGMA SIMBÓLICO DE LA CULTURA 1** • Definición y tipos de paradigmas • Aplicaciones icónicas y connotativas
15	**PARADIGMA SIMBÓLICO DE LA CULTURA 2** • La manifestación artística • El lenguaje científico
TRAB	ANÁLISIS 5: RASTREO TÉCNICO PUBLICITARIO Realizar, en archivo en Word, el análisis y reconocimiento de la terminología semiológica en un anuncio publicitario a libre elección, aplicando los conceptos de las sesiones 11 y 12.
16	**EXAMEN FINAL: ANÁLISIS DE PARADIGMA SIMBÓLICO PUBLICITARIO** Elaborar, en archivo en PPT, un análisis de paradigma simbólico en una campaña publicitaria creada a partir de los datos que índica el profesor, aplicando los conceptos de las sesiones 14 y 15.

Informes e Inscripciones

Av. Benavides 715, Miraflores

Telf: 242-6890 / 923 842 047

secretaria@ipad.edu.pe

ipad.pe