

Enviar por mail (angelinatros@gmail.com) los micros radiales elaborados en clase (jueves 12 y viernes 13). Envién uno por grupo. Recuerden respetar todas las normas de diagramación del guion y consignar al comienzo los nombres y apellidos de los integrantes del grupo.

En **asunto** debe figurar **el curso y el nombre** de un integrante del grupo.

Leer el siguiente apunte (habrá una copia en biblioteca cuando comiencen las clases).

Para la primera clase que tengamos cuando se reanuden las actividades, **llevar folletos**.

FOLLETO

El folleto es un documento que tienen como objetivo informar o promocionar una institución, producto o servicio. Su formato es simple y puede variar su tamaño y número de páginas, pero ambos serán reducidos.

Características básicas de un folleto:

Claridad.- El folleto se realiza en forma clara y concisa, pues tiene que resumir grandes cantidades de información.

Divulgación.- La divulgación de los folletos es por medio de las empresas, industrias, escuelas e instituciones, que los entregan a sus miembros, clientes o asociados, se distribuyen por medio del correo o incluidos en los artículos descritos en los folletos; también en diversos eventos en los que participa un gran número de personas y permiten la promoción de la institución.

Usos.- Los usos son muy variados, pues pueden ser informativos, publicitarios, propagandísticos, instructivos, etc.

Publicidad.- El folleto es utilizado en forma masiva para publicitar información de productos o de actividades, los datos que se brindan están orientados a captar la atención del público.

Imágenes.- Los folletos incluyen imágenes, que pueden ser ilustrativas o didácticas, su función es guiar el entendimiento de la información pero, además, atraer al receptor.

Lenguaje.- El vocabulario es claro y simple, puede llegar a ser técnico o especializado si la información abordada lo amerita. En general, un folleto utiliza un lenguaje formal sin embargo, también se considera la informalidad en función del público y el contenido del documento.

Tamaño.- El tamaño suele ser muy reducido, abarcando desde tamaños carta, media carta o incluso más pequeños.

Formato.- El formato de un folleto implica al tamaño y tipo de papel, también aspectos como el tipo de información y la exposición de la misma, el título, el cuerpo, el texto, el tema, su logotipo (si es que lo hay) y el autor (si lo hay). También influyen claramente las imágenes, pues pueden existir folletos que contienen un 80 o 90% de imágenes con textos explicativos.

Los folletos pueden ser clasificados según **la cantidad de cuerpos** que posean en:



1. **Díptico:** en este caso el papel se pliega en dos cuerpos. Son muy utilizados como publicidad de conceptos básicos por ejemplo de un artículo, acontecimiento o industria en particular. Es común que sean enviados por correo, entregados casa por casa o son dejados para que la gente los tome en ciertos lugares estratégicos como mostradores. Está compuesto por tres partes, tapa, contratapa y en su interior el contenido.
2. **Tríptico:** en este caso el papel es plegado hasta formar tres cuerpos. También es utilizado para transmitir conceptos básicos y como medio de publicidad. Su forma de distribución es la misma que en el caso anterior, ya sea correo, casa por casa, entre otros. También se encuentra dividido en tres partes, tapa, contratapa e interior y se recomienda la inclusión de al menos tres imágenes, una por columna.

3. **Panfletos:** en este caso el impacto sobre el lector se debe a la agresividad o a las denuncias que son realizadas en este tipo de folletos. Muchas veces son utilizados como medios de propagandas en campañas políticas. En sus orígenes su formato era de octavilla, es decir con ocho recuadros o imágenes principales. En la actualidad, suele ser utilizado este formato ya que resulta muy económico y tienen un alto impacto sobre el lector (se encuentran los de **recaudo**, que intentan que el lector done dinero para una determinada causa o fundación y aquellos que tiene como objetivo la **denuncia** de una persona o situación concreta).
4. **Encartes:** estos folletos pueden ser vistos en una o varias hojas. Son colocadas en el interior de diarios o revistas. Esto genera que las personas le dediquen un poco más de atención ya que suelen estar sueltos o al menos sobresalen. Además, muchas veces suelen ser adicionadas pequeñas muestras del producto que se intenta publicitar.
5. **Propaganda:** son folletos bastante pequeños que se entregan en mano, generalmente en lugares donde hay mucha gente como en puertas de centros comerciales o en las calles. Suelen ser textos muy cortos y claros. Pueden ser clasificados según su contenido en: **publicidad o propaganda** (promueven ciertos negocios, productos o conductas) o **informativo** (anuncian al lector información general como reuniones, charlas o espectáculos).

Confección de un folleto

Si tenemos en cuenta que se trata de un medio publicitario que destaca esencialmente por su brevedad, no hay duda que optimizar la información que vayamos a incluir en el folleto es fundamental y muy importante. Por esto es necesario tener claro qué mensaje deseamos mostrar ya que, dado el tamaño, es posible que buena parte de lo que queremos añadir no quepa.

No debemos ver esta cuestión como un impedimento y sí como una posibilidad de optimizar nuestra información para que a nuestros clientes (y también a los potenciales) les llegue lo necesario para animarlos a visitarnos, adquirir nuestro producto o servicio, o simplemente consultar más información.

¿Qué información incluir?

Antes de proceder al diseño del folleto, independientemente del formato que finalmente vayamos a escoger, es necesario que tengamos una idea de la información que queremos incluir.

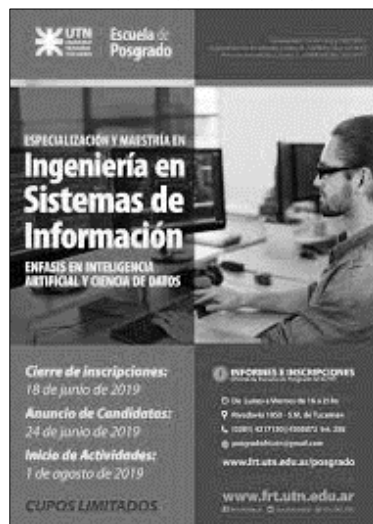
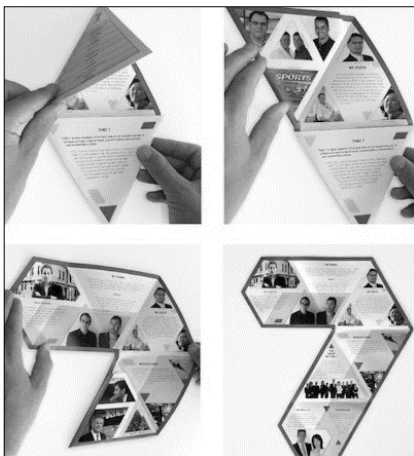
Es evidente que todo dependerá de lo que deseamos publicar:

1. Una promoción
2. Un descuento
3. El lanzamiento de un nuevo producto
4. Los servicios que nuestra empresa ofrece.

En su redacción debemos tener en cuenta que nuestro objetivo principal es atraer la atención de todas aquellas personas que tengan el folleto entre sus manos y aumentar las posibilidades de conversión lo máximo posible.

No debe faltar en un folleto los siguientes contenidos:

1. Título principal y claro con el mensaje a transmitir.
2. Nombre de la empresa que lo ofrece, logo, marca.
3. Descripción destacando las ventajas, usos y problemas que resolverá tu producto o servicio al consumidor.
4. Imágenes descriptivas que acompañen al texto y muestren el producto
5. Precio bien destacado, si es una promoción has de mostrar tanto el precio normal como el precio con descuento.
6. Número de unidades, si son limitadas
7. Lugar donde adquirir el producto o servicio, dirección, teléfono, mapa, web...



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS

- Abogacía (5 años)
- Ciencia Política y de Gobierno (4 años)

FACULTAD DE PSICOLOGÍA Y CIENCIAS SOCIALES

- Psicología (4 1/2 años)
- Con orientaciones en: Clínica; Desarrollos y Dispositivos, Organizaciones y Mercados
- Sociología (4 años)
- Filosofía (5 años) No arancelada
- Profesorado de Educación Inicial (4 años)

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

- Medicina (5 años)
- Administración de Servicios de Salud (4 años) Título Intermedio: Técnico Univ. en Adm. de Servicios de Salud
- Kinesiología y Fisioterapia (5 años)
- Nutrición (5 años)
- Enfermería (5 años) Título Intermedio: Enfermero Universitario

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

- Marketing (4 años) Con orientaciones en: Marketing Digital, Marketing Internacional
- Comercio Exterior (4 años) Título Intermedio: Técnico Univ. en Comercio Exterior
- Gerenciamento Ambiental (4 años) Título Intermedio: Técnico Univ. en Gerenciamento Ambiental
- Dirección de Negocios (4 años) (Business Management)
- Turismo (4 años)
- Programación de Sistemas (2 años)

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

- Periodismo (4 años) Título Intermedio: Técnico Univ. en Periodismo
- Publicidad (4 años)
- Comunicación Social (4 años) Con materias orientadas a periodismo, medios digitales, comunicación empresarial e institucional, comunicación política, publicidad. Título Intermedio: Técnico Univ. en Com. Social
- Diseño Gráfico y Comunicación Visual (4 años) Título Intermedio: Técnico Univ. en Diseño Gráfico y Comunicación Visual
- Relaciones Públicas (4 años) Título Intermedio: Técnico Univ. en Relaciones Públicas

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

- Administración de Empresas (4 años)
- Economía (4 años)
- Finanzas (4 años)
- Recursos Humanos (4 años) Título Intermedio: Técnico Univ. en Administración de Recursos Humanos
- Contador Público (4 años) Título Intermedio: Técnico Universitario en Contabilidad, Tributación y Costos



- **INFORMES CENTRO:** Paraguay 1401, Recoleta. Tel.: 4813-0228. informes@uces.edu.ar
- **SAN ISIDRO:** Chile 343. Tel.: 4742-1133. sanisidro@uces.edu.ar
- **OLIVOS:** Roma 650 / Av. Libertador 2467. Tel.: 4711-7438 / 4711-6387. olivos@uces.edu.ar
- **VICENTE LÓPEZ:** 12 de Octubre 41. Tel.: 4195-5531. vicentelopez@uces.edu.ar
- **VILLA DEL PARQUE:** Heliguera 3071. Tel.: 4505-0408. villadelparque@uces.edu.ar
- **CABALLITO:** Victor Martínez 81. Tel.: 4431-6766. caballito@uces.edu.ar
- **CAÑUELAS:** Hipólito Yrigoyen 405, esquina Brandsen. Tel.: (0226) 42-3550. ucescañuelas@uces.edu.ar
- **VIRREY DEL PINO:** Querandies 5885, Ruta 3 Km 42, Prov. de Buenos Aires. Tel.: (02202) 497-888. virreydelpino@uces.edu.ar

INFORMES CENTRO

UCES SAN ISIDRO

UCES OLIVOS

UCES VICENTE LÓPEZ

UCES VILLA DEL PARQUE

UCES CABALLITO

UCES CAÑUELAS

UCES VIRREY DEL PINO

uces.edu.ar



JUN. 16

Tecnatura Superior en Programación

Tiene como objetivo la formación de recursos humanos especializados en el diseño de sistemas informáticos acordes a las últimas tecnologías.

Esta Carrera se propone brindar formación de técnicos en programación capacitados para responder a la creciente demanda de empresas y organizaciones, así como la generación de emprendimientos privados, con la apertura a un amplio mercado laboral.

Plan de estudios - Duración 2 años

Asignaturas Nivel I

- Programación I
- Sistemas de procesamiento de datos
- Matemática
- Inglés I
- Laboratorio de computación I
- Programación II
- Arquitectura y sistemas operativos
- Estadística
- Inglés II
- Laboratorio de computación II
- Metodología de la investigación

Asignaturas Nivel II

- Programación III
- Organización contable de la empresa
- Organización empresarial
- Elementos de investigación operativa
- Laboratorio de computación III
- Metodología de sistemas I
- Diseño y administración de bases de datos
- Legislación
- Laboratorio de computación IV
- Práctica supervisada

Perfil del egresado

Participar en actividades relacionadas a la operación y programación de computadoras en sus distintos niveles.

Desarrollar programas de computadoras aplicando los distintos lenguajes de programación con las diversas metodologías y técnicas.

Relevar, analizar, implementar, adaptar y controlar con eficiencia y habilidad técnica, la programación de los sistemas informáticos.

Creación, programación y mantenimiento de sistemas y redes de computadoras.

Requisitos para las inscripciones:

- Certificado de estudio secundario completo.
- Fotocopia del DNI
- Dos fotos 4 x 4 de tres cuartos perfil derecho
- Certificado de trabajo (no excluyente)
- Más información en www.frcon.utn.edu.ar

