

Licenciatura: Diseño Gráfico

Materia:

Campaña Publicitaria

Clave:

LDG502

Modalidad: Ejecutivo

Cuatrimestre:

5°

Horas:

4

**OBJETIVO:**

Al finalizar la materia los alumnos aprenderán a entender la publicidad con todos los elementos que forman parte de la estrategia publicitaria.

S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4	PLATAFORMA EDUCATIVA
1	UNIDAD I: PUBLICIDAD. 1.1 Definición de Publicidad.	1.2. Objetivos de Publicidad.	1.3. Objetivos de Comunicación	1.4. Objetivos de Marketing.	
	CLASE 5	CLASE 6	CLASE 7	CLASE 8	
EN CASA	1.5. Gestión Comunicacional.	1.6. Diferencia entre Marketing y Publicidad.	1.7. Agencia de Publicidad. 1.8. Organigrama de una agencia de publicidad.	1.9. Agencias de Publicidad Mexicanas	
2	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4	PLATAFORMA EDUCATIVA
2	1.10. Publicistas Mexicanos Reconocidos.	1.11. Reconocimiento a la Publicidad.	1.12. Campañas premiadas.	UNIDAD II: PLAN DE MEDIOS Definición de Plan de Medios.	2.1.
	CLASE 5	CLASE 6	CLASE 7	CLASE 8	
EN CASA	2.2. Tipos y Características de los medios.	2.3. Alcance de Medios.	2.4. Frecuencia e Impacto.	2.5. ATL - BTL	
3	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4	PLATAFORMA EDUCATIVA
3	2.6. Elección de Medios	2.7. Ventajas y Desventajas de los medios de comunicación.	2.8. Estrategia de Medios.	2.9. Plan de medios.	Investigar la influencia de los medios de comunicación.
	CLASE 5	CLASE 6	CLASE 7	CLASE 8	
EN CASA	2.10. Pasos para un plan de medios.	2.11. Relevancia de un Plan de Medios.	UNIDAD III: ESTRATEGIA CREATIVA 3.1. Definición Estrategia Creativa.	3.2. Elementos de la Estrategia Creativa.	

S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4	PLATAFORMA EDUCATIVA
4	3.3.Creatividad Publicitaria.	3.4. Público Objetivo.	3.5. USP	3.6. Creatividad	
EN CASA	CLASE 5	CLASE 6	CLASE 7	CLASE 8	
	3.7. Inspiración	3.8. Cultura Visual	3.9. Concepto e Ideas.	3.10. Diferencia entre concepto e idea.	
S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4	PLATAFORMA EDUCATIVA
5	3.11. Técnica Creativas.	3.12. Mapa Mental	3.13. Branstorming	3.14. SCAMPER	
EN CASA	CLASE 5	CLASE 6	CLASE 7	CLASE 8	
	3.15. Analogías	UNIDAD IV: BRIEF Y APLICACIÓN 4.1.Mensaje Publicitario	4.2. Cliente, consumidor, comprador y usuario	4.3. Brief de Cliente.	
S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4	PLATAFORMA EDUCATIVA
6	4.4. Brief de Agencia.	4.5. Presupuesto	4.6. Producción	4.7. Práctica: Brief	Investigar los medios más lucrativos para las empresas.
EN CASA	CLASE 5	CLASE 6	CLASE 7	CLASE 8	
	4.8. Práctica: Plan de Medios.	4.9. Práctica: Creatividad.	4.10. Práctica: Producción	4.11. Presentación de la Campaña	
7	CLASE 1	CLASE 2			PLATAFORMA EDUCATIVA
	EXAMEN DE MODULO				EXAMEN FINAL EN PLATAFORMA OPCIONAL, OBLIGATORIO PARA LOS ALUMNOS EN MODALIDAD VIRTUAL

<b>ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:</b>	<p>1.-Conducción Docente, manejo de Esquemas, Conceptos Básicos y Referentes Teóricos (Pizarron)</p> <p>2.-Estructuración de Reportes de Lectura y Fichas de Trabajo; uso de Medios Audiovisuales. (Pantalla).</p> <p>3.-Realizar Lecturas de Referencias Bibliográficas Sugeridas y Adicionales para generar Lluvia de Ideas.</p> <p>4.-Propiciar Actividades de Interes dentro del Proceso de Enseñanza - Aprendizaje para generar Investigaciones.</p> <p>5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teoricamente.</p>
---	--

<b>ACTIVIDADES NO PERMITIDAS:</b>	<p>1. Exámenes Orales.</p> <p>2. Exposiciones como Evaluacion.</p> <p>3. Improvisaciones.</p>
-----------------------------------	---

SUGERENCIA BIBLIOGRAFICA				
No	TIPO	TITULO	AUTOR	EDITORIAL
1	Libro	Publicidad y comunicación.	Eulalio Ferrer	Fondo de Cultura Económica
2	Libro	Las claves de la publicidad.	Mariola García & Lavernia	ESIC
3	Libro	Diseño y Publicidad: El nuevo reto de la comunicación	Joan Costa	Trillas

SUGERENCIAS DE VIDEOS ACADEMICOS				
No	TIPO	TITULO	LINK	AUTOR
1	Video	Top 10 comerciales mexicanos que Nunca Olvidaremos	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=QrQtewADPSY">https://www.youtube.com/watch?v=QrQtewADPSY</a>	Watch Mojo
2	Video	Los 7 mejores comerciales del Superbowl.	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=XIKCgDbuXA">https://www.youtube.com/watch?v=XIKCgDbuXA</a>	EnConsumo
3	Video	La publicidad cambio al mundo para siempre. Pepe Montalvo	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=-QT9S4f4TuE">https://www.youtube.com/watch?v=-QT9S4f4TuE</a>	TEDxTalks

<b>CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION.</b>	
--	--

<b>Actividades en Plataforma Educativa</b>	30%
1er Actividad	15%
2da Actividad	15%
<b>Actividades aulicas o practicas</b>	20%
<b>Examen</b>	50%
<b>Total</b>	100%
<b>Escala de calificación</b>	7- 10
<b>Mínima aprobatoria</b>	7

--

<b>NOTA:</b>	En la planeación los exámenes aparecen siempre en día lunes, pero dependerá de la programación de la subdireccion académica, y en esa semana se podrán hacer los cambios necesarios.
--------------	--