



PLANEACION LICENCIATURA ESCOLARIZADA

SAC-FOR-05-A

Licenciatura: DISEÑO GRAFICO

Materia: CAMPAÑA PUBLICITARIA

Clave: P-LDG502

Modalidad: Escolarizada

Cuatrimestre: 5°

Horas: 4

OBJETIVO:

Lograr que el alumno conozca los elementos de la publicidad como instrumento y marco teórico para la construcción de campañas publicitarias dentro de un plan integral de comunicación.

S	CLASE I	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4
1	PRESENTACIÓN	UNIDAD I OBJETIVOS DE MARKETING, OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN Y OBJETIVOS DE PUBLICIDAD	1.1.- Objetivo del marketing	1.1.- Objetivo del marketing
2	1.1.- Objetivo del marketing	1.2.- Gestión comunicacional.	1.2.- Gestión comunicacional.	1.2.- Gestión comunicacional.
3	1.3.- Agencias de publicidad.	1.3.- Agencias de publicidad.	1.3.- Agencias de publicidad.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
4	EXAMEN 1a. UNIDAD	UNIDAD II PLAN DE MEDIOS	2.1 Tipos y características de los medios	2.1 Tipos y características de los medios
5	2.2 Alcance de medios	2.2 Alcance de medios	2.3 Frecuencia e impacto	2.3 Frecuencia e impacto
6	2.3 Frecuencia e impacto	2.4 ATL-BTL	2.4 ATL-BTL	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO

7	EXAMEN 2a. UNIDAD	UNIDAD III ESTRATEGIA CREATIVA	3.1.- Plan de trabajo creativo.	3.1.- Plan de trabajo creativo.
8	3.2.- Concepto e idea.	3.3.- Técnicas creativas.	3.3.- Técnicas creativas.	3.4 Gestión del mensaje publicitario
9	3.4 Gestión del mensaje publicitario	3.5 Características de la producción de anuncios	3.5 Características de la producción de anuncios	3.6 Definición de consumidor, target y audiencia
10	3.6 Definición de consumidor, target y audiencia	3.7.- Presupuestos.	3.8 Briefing de cliente y brief de agencia	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
11	EXAMEN 3a. UNIDAD	UNIDAD IV Trabajo final:	4.1.- Elaboración de una campaña publicitaria basada en una empresa real.	4.1.- Elaboración de una campaña publicitaria basada en una empresa real.
12	4.1.- Elaboración de una campaña publicitaria basada en una empresa real.	4.1.- Elaboración de una campaña publicitaria basada en una empresa real.	4.1.- Elaboración de una campaña publicitaria basada en una empresa real.	4.1.- Elaboración de una campaña publicitaria basada en una empresa real.
13	4.1.- Elaboración de una campaña publicitaria basada en una empresa real.	4.1.- Elaboración de una campaña publicitaria basada en una empresa real.	4.1.- Elaboración de una campaña publicitaria basada en una empresa real.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
14	EXAMEN FINAL			

**ACTIVIDADES
EN EL AULA
PERMITIDAS:**

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

**ACTIVIDADES
NO PERMITIDAS:**

1. Exámenes Orales.
2. Exposiciones como Evaluación.
3. Exposiciones.