

UNIVERSIDAD DE SONORA

UNIDAD REGIONAL CENTRO

División de Ciencias Económicas y Administrativas Departamento de Administración Licenciatura en Administración



8694 PUBLICIDAD

UNIDAD: Regional Centro	EJE DE FORMACIÓN: Profesional		
DIVISIÓN: De Ciencias Económicas y	HORAS: 48		
Administrativas			
DEPARTAMENTO : De Contabilidad	REQUISITO (S): Administración de Ventas		
MATERIA: PUBLICIDAD	ESPACIO EDUCATIVO: Obligatorio. Séptimo		
	Semestre		
CLAVE: 8694	MODALIDAD: Curso		
CRÉDITOS: 5	HORAS CLASE POR SEMANA: 3		
PROGRAMA: Licenciatura en	TEORÍA: 2 PRÁCTICA: 1		
Administración			
	Depto. Que Ofrece el Servicio: Contabilidad		

OBJETIVO GENERAL DE LA MATERIA

El Alumno conocerá el papel que juega la publicidad dentro de la empresa, así como su influencia en la sociedad y la economía. Dominará y aplicará los elementos integradores de una campaña publicitaria y será capaz de diseñar la estrategia publicitaria para cualquier Empresa.

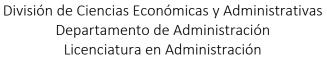
VINCULOS DE LA MATERIA CON LOS OBJETIVOS CURRICULARES

Con el dominio de esta Materia el Alumno estará capacitado para integrar la estrategia general de mercadotecnia.



UNIVERSIDAD DE SONORA

UNIDAD REGIONAL CENTRO





CONTENIDO TEMATICO

HORAS CLASE	TEMAS Y SUBTEMAS	OBJETIVOS DE LOS TEMAS
		EL ALUMNO:
	 1 CONCEPTO DE PUBLICIDAD. Antecedentes. Evolución de la publicidad moderna. Las funciones de la publicidad. 	Definirá los principales antecedentes y conceptos de la publicidad.
	 2 PLANEACION DE LA PUBLICIDAD. La publicidad y el Programa Mercadotécnico. La publicidad y el concepto de la comunicación. La espiral de la mercadotecnia. Mercadotecnia meta. 	Describirá los componentes y pasos para la planeación de la publicidad de una Empresa.
	 3 LOS MEDIOS. Estrategia básica de los Medios. Periódicos. Revistas. Televisión. Radio. Correo Directo. Publicidad Exterior. 	Distinguirá y propondrá los medios publicitarios más convenientes para la campaña publicitaria.
	 4 PLANEACION DE LACAMPAÑA PUBLICITARIA. Comprensión del consumidor. localización del mercado. Análisis del producto o servicio. La campaña completa. 5 COMUNICACION DE LAIDEA PUBLICITARIA. Planeación del anuncio. Signos y Símbolos en la publicidad. Creación de encabezados eficaces. Slogan y otras marcas de Identificación. Redacción del texto publicitario. 	Formulará y evaluará la campaña publicitaria. Esbozará el anuncio adecuado para una efectiva comunicación publicitaria.

"El saber de mis hijos hará mi grandeza"

UNIVERSIDAD DE SONORA

UNIDAD REGIONAL CENTRO

División de Ciencias Económicas y Administrativas Departamento de Administración Licenciatura en Administración



ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Exposición del Maestro en clase.
- Análisis de lecturas.
- Investigaciones de campo.
- Elaboración de trabajos escritos.

EVALUACION DEL CURSO

Porcentualmente la calificación se obtendrá de la siguiente manera:

La suma de las calificaciones de 3 exámenes parciales (25% c/u) 75%

Participación y trabajos 15%

Practica final 10%

TOTAL 100%

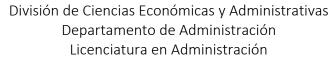
PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE:

- Licenciado en Administración o carrera afín, con experiencia en el campo, preferentemente con grado de Maestría
- Experiencia comprobada en el área preferentemente.
- Mostrar interés por la enseñanza
- Experiencia mínima en docencia de tres años.
- Manejo actualizado en el campo y conocimiento de los nuevos sistemas de administración y tecnologías de vanguardia.



UNIVERSIDAD DE SONORA

UNIDAD REGIONAL CENTRO





BIBLIOGRAFIA Y OTROS RECURSOS DIDACTICOS

AUTOR	TITULO DE LA OBRA	EDITORIAL	AÑO
Dunn s., watson,	Publicidad, su papel en la mercadotecnia moderna	Uteha,	
Keppner's, otto,	Publicidad	Limusa,	
Kotler, phillip,	Dirección de mercadotecnia	Cecsa	