



"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



8694 PUBLICIDAD

UNIDAD: Regional Centro	EJE DE FORMACIÓN: Profesional
DIVISIÓN: De Ciencias Económicas y Administrativas	HORAS: 48
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 Administración	TEORÍA: 2 PRÁCTICA: 1
	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.



"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



CONTENIDO TEMATICO

HORAS CLASE	TEMAS Y SUBTEMAS	OBJETIVOS DE LOS TEMAS
		EL ALUMNO:
	<p>1.- CONCEPTO DE PUBLICIDAD.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Antecedentes. • Evolución de la publicidad moderna. • Las funciones de la publicidad. 	Definirá los principales antecedentes y conceptos de la publicidad.
	<p>2.- PLANEACION DE LA PUBLICIDAD.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
	<p>3.- LOS MEDIOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
	<p>4.- PLANEACION DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprensión del consumidor. • localización del mercado. • Análisis del producto o servicio. • La campaña completa. 	Formulará y evaluará la campaña publicitaria.
	<p>5.- COMUNICACION DE LA IDEA PUBLICITARIA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planeación del anuncio. • Signos y Símbolos en la publicidad. • Creación de encabezados eficaces. • Slogan y otras marcas de Identificación. • Redacción del texto publicitario. 	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.



"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



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	