



"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



CREATIVIDAD PUBLICITARIA

UNIDAD: Regional Centro	EJE DE FORMACIÓN: Especializante
DIVISIÓN: De Ciencias Económicas y Administrativas	HORAS: 64
DEPARTAMENTO: De Administración	REQUISITO (S): 261 CRÉDITOS
MATERIA: CREATIVIDAD PUBLICITARIA	ESPACIO EDUCATIVO: Optativa Acentuación en Mercadotecnia
CLAVE: 8714	MODALIDAD: Seminario
CRÉDITOS: 5	HORAS CLASE POR SEMANA: 4
PROGRAMA: Licenciatura en Administración	TEORÍA: 1 PRÁCTICA: 3
	Depto. Que Ofrece el Servicio: Administración

OBJETIVO GENERAL DE LA MATERIA

Conocer en profundidad el aspecto gráfico de la publicidad, enfrentarse a un área distinta del quehacer publicitario, evaluar sus aptitudes hacia ésta, y ampliar sus expectativas en relación a su futuro profesional. Concretando, el alumno conocerá la actividad de la creatividad publicitaria y estará capacitado para resolver problemas de comunicación publicitaria.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

1. El alumno elaborará distintos anuncios publicitarios utilizando diferentes técnicas.
2. El alumno elaborará comerciales utilizando las herramientas de software disponibles en el momento y los evaluará para su mejor aprendizaje.
3. Utilizará los distintos medios de comunicación para probar diversos mensajes publicitarios.



"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 SINTÉTICO

1. Creatividad
2. Creatividad y creatividad publicitaria
3. El departamento creativo
4. El cliente y la creatividad
5. El consumidor y la creatividad publicitaria

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA

- Resúmenes
- Ilustraciones
- Analogías
- Mapas conceptuales y redes semánticas
- Evaluaciones
- Visitas a agencias publicitarias
- Conocimiento del perfil del personal de creatividad publicitaria
- Práctica sobre el diseño creativo de una campaña publicitaria.

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Investigación y análisis de temas selectos
- Investigación bibliográfica de conceptos
- Discusiones de grupo
- Solución de problemas teórico – reales
- Búsqueda de información adicional a cada uno de los temas, utilizando las nuevas tecnologías de comunicación e informática.



"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



SISTEMA DE EVALUACIÓN

Porcentualmente la calificación se obtendrá de la siguiente manera:

La suma de las calificaciones de 3 exámenes parciales (15% c/u).....	45%
Presentación de trabajos	40%
Participación en discusiones grupales	15%
Total	100%

PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE

- Licenciado en Administración, Licenciado en publicidad, Licenciado en diseño gráfico, con experiencia en publicidad
- Con grado de maestría preferentemente
- Experiencia comprobada en las empresas, en el área de mercadotecnia y/o publicidad.
- Emprendedor
- Mostrar interés por la enseñanza
- Experiencia mínima en docencia de tres años.
- Manejo tecnología de vanguardia

BIBLIOGRAFIA BASICA

1. AAKER, D.A. y MYERS, J.G. (1984): Management de la publicidad. Barcelona, Hispano Europea.
2. ANGELES, J. de los (1996): Creatividad Publicitaria. Concepto, estrategias y valoración. Pamplona, EUNSA.
3. DAVIS; G.A. y SCOTT, J.A. (comps.) (1975): Estrategias para la creatividad. Buenos Aires, Paidós.
4. ARENS, W.F. (1999): Publicidad. México, Mac Graw-Hill.
5. SALAS, M^a I. de (1999): La comunicación publicitaria interactiva en Internet. Valencia, Fundación Universitaria San Pablo C.E.U.