



PLANEACIÓN DIDÁCTICA

LICENCIATURAS EN QUE SE IMPARTE

1. Administración cuarto semestre

DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre:	PUBLICIDAD
Clave(s):	2085
Tipo:	Optativa
Plan de Estudios:	2012 (actualizado a 2016)

FECHAS DEL SEMESTRE:

Inicio semestre:	08 de enero de 2022
Fin del semestre:	11 de junio de 2022
Plataforma educativa	23 de febrero de 2022 Primer día para entrega de actividades en plataforma
Cierre de plataformas:	29 de mayo de 2022 a las 23:00 hrs. Último día para entrega de actividades en plataforma
Periodo examen global:	04 y del 06 al 10 de junio de 2022

DATOS GENERALES

Objetivo general:

El objetivo de esta asignatura es conocer el origen de la publicidad, su evolución dentro y fuera de la sociedad, conocer sus distintas direcciones a través de los tiempos. Conocer de diferentes personajes lo que conlleva la publicidad ante un cambio en la forma de presentar un producto o servicio. Saber como el consumidor se convierte la estrella principal y la marca deja de ser el protagonista de la mercadotecnia. Al igual que saber las ventajas y desventajas de controlar, manejar o manipular la mente del consumidor

Contenido temático:

	Tema	Teóricas	Prácticas
1	Introducción a la publicidad		
2	Marco legal de la publicidad		
3	El cliente		
4	La agencia de publicidad y su funcionamiento		
5	Argumenta las razones de crear el buyer persona para lograr el incremento de clientes potenciales		
6	Planificación de medios efectivos (Excel).		
7	La campaña publicitaria		
8	El proceso creativo		
9	Posicionamiento y estrategias de publicidad		
10	El presupuesto publicitario		
11	Publicidad de detallistas		
12	Publicidad industrial y corporativa		
13	Publicidad de respuesta directa		
14	Publicidad social		

	Total	
Suma total de horas		

BIENVENIDA

Estaré asesorándote durante el presente semestre, mi labor es apoyarte en tu proceso de aprendizaje, resolviendo tus dudas y sugiriéndote como aprovechar los contenidos para que puedas obtener un mejor aprendizaje. No dejes de asistir a las asesorías tantas veces consideres necesario

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

1. La publicidad es importante hoy en día en nuestra sociedad si tenemos en cuenta que tanto grandes empresas como particulares publicita sus productos o servicios a diversos niveles de masividad social.
2. La publicidad se basa en la idea o en la noción de que mientras más llegada al público un producto tenga, más conocido se hará y por lo tanto, más posibilidades tendrá de ser consumido. Pero ser conocido no es suficiente, no garantiza ser la marca preferida o de posicionamiento

FORMA EN QUE EL ALUMNO DEBE PREPARAR LA ASIGNATURA

Elementos de presentación y entrega de actividades:

1. Carátula formal que deberá contener los siguientes datos: nombre completo del alumno, fecha de entrega, unidad y actividad por evaluar.
2. Al inicio del documento en donde se presente la actividad se deberá incluir la siguiente leyenda: **“Esta actividad es de mi autoría y no fue copiada de internet”**.
3. El texto de las actividades, principalmente reportes de lectura, ensayos y trabajos de investigación, deben presentarse con letra tipo Arial o Times New Roman, el texto deberá ser justificado, con las páginas numeradas, con márgenes de 2.5 cms. en los niveles superior e inferior y de 3 cms. por cada lado y con interlineado de espacio y medio (1.5).
4. El texto deberá contener las citas pertinentes y las referencias en formato APA sexta edición.
5. Requisitos para la presentación de exámenes: **Parciales**: Para la presentación de cada examen parcial deberás contar con la entrega completa de las unidades que comprende cada parcial estas deberán estar calificadas en su totalidad, es decir, para poder presentar el primer parcial deberá estar entregada de la unidad uno a la siete y para el segundo parcial de la unidad ocho a la catorce **Global** : Para la presentación del examen global deberás contar con la entrega completa de las unidades uno a la catorce calificadas en su totalidad.

}

Para la realización de tus actividades deberás cuidar tu **ortografía** y usar **fuentes oficiales** como: libros, revistas, artículos, etcétera. Recuerda hacer la cita en formato APA, ya que, si no lo haces incurrirás en plagio. https://www.revista.unam.mx/wp-content/uploads/3_Normas-APA-7-ed-2019-11-6.pdf

ACTIVIDADES POR REALIZAR DURANTE EL SEMESTRE

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Unidad 1: Introducción a la publicidad	Actividad 1	Buscar en internet los carteles más representativos de <u>Alphonse Mucha</u> y elabora un collage con mínimo 5 ilustraciones. Posteriormente deberás justificar por qué elegiste cada uno de esas cinco ilustraciones.		2 pts
	Actividad 2	Para esta actividad deberás leer “La publicidad en México, desafíos (PDF), Alazraki Grossmann, Carlos” y realizar un análisis de la evolución de la publicidad de ese tiempo a la publicidad actual. Dicho análisis deberá constar con un mínimo de 3 cartillas y máximo 5 cuartillas http://ru.juridicas.unam.mx:80/xmlui/handle/123456789/13822 ¿Cuál es tu opinión sobre el abordaje de la complejidad organizacional en Latinoamérica y en México?	Alazraki Grossmann, C. (Ed.). (2015). La Publicidad en México, Desafíos. En La educación y la Cultura (pp. 215–232). http://ru.juridicas.unam.mx:80/xmlui/handle/123456789/13822	2 pts
Unidad 2: Marco legal de la	Actividad 1	Investiga sobre el marco legal de promoción y publicidad en México, y sobre la Ley Federal de Radio y TV, posteriormente realiza una INFOGRAFIA sobre el cómo	https://piktochart.com/blog/como-crear-una-infografia-guia-completa/	2 pts

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)								
publicidad		se debe de realizar una campaña publicitaria, no olvides indicar las fuentes de consulta en FORMATO APA). Justifica tu respuesta. Si no sabes cómo realizar una infografía aquí puedes darte una idea: https://piktochart.com/blog/como-crear-una-infografia-guia-completa/										
	Actividad 2	Con base en la Ley Federal de Protección al consumidor y después de leer “La publicidad engañosa frente a la ley” deberás buscar en internet cinco ejemplos de campañas engañosas en México . Justifica tu respuesta	Juárez, C. (2015, 7 abril). Marco Legal de Promoción y Publicidad en México. Slideshare. https://es.slideshare.net/cjuarezc/marco-legal-depromocion-y-publicidad-en-mexico GUERRERO MIRANDA, L. U. I. S. A. R. T. U. R. O. (s. f.). Derechos de los consumidores: la publicidad engañosa frente a la ley. acacia. http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/Derechos_de_los_Consumidores_La_Publicidad_Engañosa_Frente_a_la_Ley.pdf	2 pts								
Unidad 3 El cliente	Actividad 1	Se descompone tu auto o moto y tiene que tomar la decisión de a donde llevarlo a arreglar la agencia donde lo compraste o taller mecánico de confianza, cada uno con características diferentes. Analiza lo que cada uno te ofrece y selecciona el que consideres más importante como cliente: <table border="1" data-bbox="457 1219 1129 1393"> <tbody> <tr> <td>AGENCIA</td> <td>TALLER MECANICO</td> </tr> <tr> <td>Vende Caro</td> <td>Vende barato</td> </tr> <tr> <td>Esta cerca de tu casa</td> <td>Esta lejos de tu casa</td> </tr> <tr> <td>Atención rápida y amable</td> <td>Atención rápida y amable</td> </tr> </tbody> </table>	AGENCIA	TALLER MECANICO	Vende Caro	Vende barato	Esta cerca de tu casa	Esta lejos de tu casa	Atención rápida y amable	Atención rápida y amable		2pts
AGENCIA	TALLER MECANICO											
Vende Caro	Vende barato											
Esta cerca de tu casa	Esta lejos de tu casa											
Atención rápida y amable	Atención rápida y amable											

Unidad	N° Actividad (consecuti vo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (entero s)		
		<table border="1" data-bbox="464 282 1127 407"> <tr> <td data-bbox="464 282 793 407">Variedad en forma de pago Canrnet de servicios</td> <td data-bbox="793 282 1127 407">Una sola forma de pago Sin Carnet de servicio</td> </tr> </table> <p data-bbox="457 500 1127 873">¿Qué aspectos consideras que son más importantes para que repares tu auto o moto a) Costo b) Cercanía c) Atención d) Variedad en forma de pago e) Carnet de servicios Justifica la respuesta de el porque elegiste esa opción de negocio:</p>	Variedad en forma de pago Canrnet de servicios	Una sola forma de pago Sin Carnet de servicio		
Variedad en forma de pago Canrnet de servicios	Una sola forma de pago Sin Carnet de servicio					
	Actividad colaborativa	Deberás participar en el Foro de discusión y comentar los pros contras de la frase “el cliente siempre tiene la razón”. Posteriormente es importante dar retroalimentación a uno de tus compañeros. El mínimo de palabras para la participación en dicho foro es de 200 palabras con un máximo de 300.		7 pts		
Unidad 4 La agencia de publici dad y su	Actividad 1	Describe brevemente cual es el papel que desempeña cada departamento dentro de una agencia de publicidad y la importancia que tiene cada una de ellas. Si no sabes cómo realizar una infografía aquí puedes darte una idea: https://piktochart.com/blog/como-crear-una-infografia-guia-completa/	https://piktochart.com/blog/como-crear-una-infografia-guia-completa/	2 pts		

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
funcionamiento		Justifica tu respuesta		
	Actividad 2	Desarrolla una infografía de manera clara donde expliques como trabaja una agencia de publicidad.		3 pts
Unidad 5 Segmentación en la publicidad	Actividad 1	Argumenta cuales son las razones de crear el buyer persona para lograr el incremento de clientes potenciales para el lanzamiento de una nueva línea de producto para una marca. Mínimo 2 cuartillas máximo 3.		2 pts
	Actividad 2	Como agencia de publicidad te solicita Jarritos embotelladora AGA de México elaborar una estrategia de segmentación. Desarrolla el buyer persona para el lanzamiento de una nueva línea de producto para la marca. Justifica el porqué de tu buyer persona.		3 pts
Unidad 6 Planificación de medios efectivos (Excel).	Actividad 1	<p>El Hotel las Mañanitas te solicita realizar una campaña de promoción de ventas con los nuevos lineamientos a la nueva normalidad con el nuevo semáforo verde necesitan aumentar nuevamente sus ingreso para que su funcionamiento sea al 100% .</p> <p>Se requiere material grafico para esta actividad. Justifica el porqué de dicha campaña de promoción de ventas.</p>	<p>Puedes apoyarte con la herramienta Canva.</p> <p>Canva. https://www.canva.com/ Elementos de la promoción. (redes sociales, ecommerce, e-business) Natour, L. (S/F). ¿Qué redes sociales son más útiles en E-Commerce?. Recuperado Noviembre 4, 2018, de https://www.brainsins.com/es/blog/que-redes-sociales-son-mas-utilesenecommerce/106322</p> <p>Promoción de ventas. Publicidad. Escanellas, G. M. (2013-2018). ¿Qué es publicidad ?Lo que necesitas</p>	

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
			saber del concepto. Recuperado de https://marketingdecontenidos.com/publicidad/	
	Actividad 3	Realiza una infografía donde explique que es el método S.M.A.R.T. Posteriormente deberás explicar con tus palabras para que sirve. Recuerda justificar tu respuesta		2 pts
Unidad 7 La campaña publicitaria	Actividad 1	Busca en internet cinco campañas publicitarias una de cada año de los siguientes años: 1950s, 1970s, 1990s, 2000s, 2021s. Posterior deberás realizar un análisis en conjunto de dichas campañas en donde describas la evolución de cada una de ellas, sus cambios, sus semejanzas, etc. Justifica el porqué de tu elección, no olvides colocar la liga del video de la campaña que elegiste		4 pts
Unidad 8 El proceso creativo	Actividad 1	Al finalizar la lectura del artículo de Edward de Bono sobre el potencial creativo, realiza un mapa mental donde puntualices lo más importante (PARA ELABORAR UN CORRECTO MAPA MENTAL APOYATE DE LA LIGA "ES.VENNGAGE.COM QUE ESTA ACONTINUACION")	De Bono, E. (s. f.). El-Pensamiento-Creativo. http://www.utntyh.com . http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2013/04/El-PensamientoCreativo_De-Bono.pdf COMO ELABORAR UN MAPA MENTAL: https://es.venngage.com/features/crea-mapa-mental	1 pts
	Actividad 2	Con apoyo de Pictochart o PicMonkey elabora el paso a paso para potencializar la creatividad.	https://piktochart.com/es/blog/como-crear-una-infografia-guia-completa/ https://www.picmonkey.com/es	3 pts

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Unidad 9 Posicionamiento y estrategias de publicidad	Actividad 1	Investiga y analiza que tipo de posicionamiento emplea la marca Apple frente a su competencia y enlista cinco de estas características. Justifica tu respuesta		1 pts
Unidad 10 El presupuesto publicitario	Actividad 1	<p>Después de leer los siguientes artículos, prepárate para la realización de esta actividad, ya que deberás realizar una estrategia de medios para la marca JULIO ya que con la pandemia sus ventas en tiendas tuvo un impacto fuerte y quiere atraer nuevas clientas y fortalecer a las que ya son usuarias cotidianas.</p> <p>Objetivo: Lograr captar la atención de nuestro público objetivo utilizando los medios adecuados y así poder lograr los objetivos del cliente y de la campaña publicitaria.</p> <p>Público objetivo : Dirigida principalmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Mujer Mexicana ○ 20 a 58 ○ Casadas, solteras, con hijos, sin hijos, amas de casa, trabajadoras ○ Clase alta-baja, Clase media-alta ○ Con poder adquisitivo y con decisión de compra 	<p>Ortiz, D. (2021, 13 agosto). Estrategias de publicidad. Cyberclick. <u>https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategias-de-publicidad-que-son-tipos-y-ejemplos</u></p> <p>Sordo, A. I. (2021, 12 abril). Estrategias de publicidad: definición, tipos y ejemplos. Hubspot. <u>https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-publicidad</u></p>	4pts

Unidad	N° Actividad (consecuti vo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (entero s)												
		<p>Alcance y Temporalidad</p> <table border="1" data-bbox="457 321 1125 540"> <thead> <tr> <th>Medio</th> <th>Alcance</th> <th>Temporalidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Publicidad PULL</td> <td>Nacional</td> <td>12 semanas</td> </tr> <tr> <td>Emailing</td> <td>CDMX</td> <td>12 semanas</td> </tr> <tr> <td>Programas de fidelización</td> <td>Nacional</td> <td>12 semanas</td> </tr> </tbody> </table> <p>Sumario de medios (inversión por medio) El presupuesto asignado para esta campaña es de \$9'000,000 de pesos, el cual tu deberás distribuirlo de tal forma que abarcara los medios seleccionados logrando así los objetivos de la marca con el fin de incrementar las ventas.</p> <p>1.- Como primer parte para esta actividad deberás distribuir el presupuesto que te fue asignado de la mejor forma para que abarques cada uno de los medios seleccionados y se logre cumplir el alcance que JULIO busca. :</p> <p>Publicidad PULL: Emailing: Programa de fidelización:</p> <p>2.- Como siguiente paso deberás elaborar como MINIMO DOS EJEMPLOS de cada uno de ellos, es decir, deberás realizar dos campañas publicitaria para cada uno de los medios seleccionados.</p>	Medio	Alcance	Temporalidad	Publicidad PULL	Nacional	12 semanas	Emailing	CDMX	12 semanas	Programas de fidelización	Nacional	12 semanas		
Medio	Alcance	Temporalidad														
Publicidad PULL	Nacional	12 semanas														
Emailing	CDMX	12 semanas														
Programas de fidelización	Nacional	12 semanas														

Unidad	N° Actividad (consecuti vo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (entero s)
		3.- Para finalizar deberás JUSTIFICAR por qué realizaste dichos DOS EJEMPLOS para cada medio seleccionado.		
Unidad 11 Publici dad detallista	Actividad 1	Busca en la tienda de conveniencia o de autoservicio más cercana a tu localidad cinco ejemplos de publicidad detallista. Deberás agregar las imágenes de donde tomaste los ejemplos y justificar la elección de cada una.		2 pts
Unidad 12 Publicida d industrial y corporati va	Actividad 1	Para entender bien qué es la publicidad industrial, primero tenemos que hablar sobre el marketing industrial. Según un artículo publicado por Harvard Business School , " <i>el Marketing Industrial es el marketing de bienes y servicios a empresas comerciales, Gobierno, y otras empresas sin fines de lucro para uso en los bienes y servicios que ellos, a su vez, producen para revender a otros clientes industriales.</i> " Después de leer el artículo deberás realizar una campaña publicitaria industrial para la marca VICTORINOX NAVAJAS. Para esta actividad se solicita material gráfico. Posterior deberás JUSTIFICAR el porqué de tu campaña para la marca.	Plan de Marketing Industrial. (s. f.). Plan de Marketing Industrial. http://www.mytplast.eu/blog/plan-de-marketing-industrial-estrategias-y-ejemplos/	2 pts
Unidad 13	Actividad 1	Busca en restaurantes de tu localidad cinco ejemplos de publicidad de respuesta directa en alimentos y bebidas. Deberás agregar las imágenes de los ejemplos de dichos establecimientos donde tomaste la publicidad y justificar la elección de cada una.		1 pts

Unidad	N° Actividad (consecuti vo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (entero s)
Unidad 14 Publicidad social	Actividad 1	Después de leer el artículo de “La publicidad social: una herramienta persuasiva de contribución social” busca en internet cinco ejemplos de campañas con publicidad social en México que fueron nominadas a premio. Posteriormente deberás justificar tu elección	La publicidad social: una herramienta persuasiva de contribución social. (s. f.). tejido creativo. http://tejidocrea.com/wp-content/uploads/2012/12/Lapublicidad-social.pdf	3 pts

EXÁMENES

De acuerdo con los lineamientos del modelo educativo, tienes tres períodos a lo largo del semestre para presentar tus exámenes parciales (consulta las fechas en el calendario de inscripción a parciales y globales en el Portal SUAyED), tú decides el período en el que los realizarás.

Para esta asignatura están programados de la siguiente manera:

Parciales: Deberás entregar las actividades de aprendizaje de las unidades implicadas en cada parcial, antes de que inicie el periodo de aplicación. Es importante que te inscribas en cada periodo y cumplas con los lineamientos para su presentación.

NÚMERO	UNIDADES (que lo integran)	VALOR (núm. enteros)
1ro.	1 - 7	25 %
2do.	8 - 14	25 %

Recuerda revisar el calendario de aplicación de exámenes en el portal del SUAyED y registrarte en el sistema EMA para poder presentar los exámenes.

- **Global. Examen único**

Valor	Requisitos	Aplicación de global
100%	Ninguno	04 y del 06 al 10 de junio de 2022

PORCENTAJES DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Concepto	Porcentajes
Actividades de aprendizaje	43 %
Actividades colaborativas	7 %
Exámenes parciales	50 %
Otro	XX %
Total	100 %

FUNCIONES DEL ASESOR

Por ser una modalidad abierta, tu asesor:

1. Será tu apoyo y guía de manera presencial para la resolución de dudas y desarrollo de las actividades; así mismo, por la mensajería de la plataforma educativa para dudas concretas.
2. Calificará y retroalimentará tus actividades de aprendizaje en plataforma educativa en un lapso no mayor a una semana después de la entrega.

3. Te recomendará recursos didácticos adicionales para ampliar tu conocimiento. No es su obligación facilitarte: copias, archivos digitales o proporcionarte ligas directas de la BIDI.
4. Enviará tu calificación al finalizar el semestre de manera personalizada.

DATOS DEL ASESOR O GRUPO DE ASESORES

Nombre	Correo electrónico
BUTRÓN GUTIÉRREZ ETHEL ALEJANDRA	ebutron@fca.unam.mx

Enseñar no es transferir conocimiento, sino crear las posibilidades para su propia producción o construcción.

Paulo Freire