

**GOBIERNO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE OAXACA  
COORDINACIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR, CIENCIA Y  
TECNOLOGÍA  
DIRECCIÓN DE PROGRAMACIÓN Y EVALUACIÓN  
DEPARTAMENTO DE INCORPORACIÓN DEL TIPO MEDIO SUPERIOR, SUPERIOR Y  
CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO DE ESCUELAS PARTICULARES**

**PROGRAMA DE ESTUDIO**

**NOMBRE DE LA ASIGNATURA**

PUBLICIDAD I

CICLO	CLAVE DE LA ASIGNATURA	TOTAL DE HORAS
QUINTO SEMESTRE	DGMP- 504	48

**OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA**

El alumno adquirirá los conceptos y principios básicos involucrados en la publicidad, así mismo conocerá, analizará y evaluará las características de los medios publicitarios para insertarlos adecuadamente en una espiral publicitaria con la finalidad de realizar propuestas de posicionamiento o reposicionamiento según el caso e impacten de una manera exitosa a sus clientes.

.

**TEMAS Y SUBTEMAS**

**1. LA PUBLICIDAD: ANTECEDENTES Y PRECUSORES**

- 1.1 Historia de la publicidad
- 1.2 Conceptos básicos de publicidad
- 1.3 La creatividad publicitaria
- 1.4 El plan publicitario
- 1.5 Estrategias publicitarias

**2. LA PUBLICIDAD COMO PROCESO DE COMUNICACIÓN**

- 2.1 Objetivos de la publicidad
- 2.2 Efectos de la publicidad
- 2.3 Modelos publicitarios
  - 2.3.1 Modelos basados en el aprendizaje
  - 2.3.2 Modelos basados en las motivaciones
  - 2.3.3 Modelos basados en las actitudes

**3. EL PRESUPUESTO PUBLICITARIO**

- 3.1 Introducción
- 3.2 Partidas integrantes del presupuesto publicitario
- 3.3 Métodos prácticos de determinación del presupuesto publicitario
  - 3.3.1 Método aleatorio
  - 3.3.2 Método disponible
  - 3.3.3 Método de los gastos históricos
  - 3.3.4 Método de la paridad competitiva
  - 3.3.5 Método del porcentaje de ventas
  - 3.3.6 Método de los objetivos y tareas
- 3.4 Modelos de determinación del presupuesto publicitario

**4. LOS MEDIOS PUBLICITARIOS**

- 4.1 Medios, soportes y formas publicitarias
- 4.2 Diarios y suplementos
- 4.3 Revistas
- 4.4 Publicaciones periódicas gratuitas
- 4.5 Radio

- 4.6 Televisión
- 4.7 Cine
- 4.8 Medio exterior
- 4.9 Internet

## **5. LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS**

- 5.1 La investigación publicitaria y la investigación de medios
- 5.2 La investigación de la difusión
- 5.3 La investigación de audiencias
- 5.4 La investigación sobre la distribución de los anuncios
- 5.5 La investigación sobre el contenido de los medios

## **6. LA PLANIFICACIÓN DE MEDIOS**

- 6.1 La estrategia de difusión
- 6.2 La selección de medios
- 6.3 La planificación de soportes
- 6.4 La selección de planes de difusión
- 6.5 Metodología para construir un plan de medios y difusión

## **ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**

### **BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:**

- Investigación bibliográfica
- Lecturas comentadas
- Discusión dirigida
- Exposiciones
- Análisis de casos

### **INDEPENDIENTES:**

- Elaboración de fichas de trabajo
- Investigación documental en la web
- Elaboración de bosquejos
- Organizadores gráficos
- Esquemas
- Proyecto

## **CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN**

Los procedimientos de evaluación se llevarán a cabo en tres momentos durante el desarrollo de la asignatura, es decir: diagnostica, formativa y sumativa o final, a través de los siguientes criterios:

Tres evaluaciones parciales.....	15%
Organizadores gráficos.....	10%
Portafolio de evidencias.....	40%
Proyecto final.....	35%

La suma de todos los criterios y procedimientos de evaluación y acreditación deberán integrar el 100% de la calificación.

**BIBLIOGRAFÍA  
BÁSICA**

	TIPO	TÍTULO	AUTOR	EDITORIAL	AÑO
1	LIBRO	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN: PERSPECTIVAS DE LA COMUNICACIÓN DE MARKETING INTEGRAL	BELCH A. MICHAEL	MC GRAW HILL - INTERAMERICANA	2012
2	LIBRO	¿CÓMO DISEÑAR UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD?	VILAJOANA ALEJANDRE SANDRA	EDITORIAL UCC	2011
3	LIBRO	LA PUBLICIDAD LA FICCIÓN DE HOY	RIOU NICOLÁS	PANAMERICANA EDITORIAL	2010
4	LIBRO	PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN	FERRER RODRÍGUEZ EULALIO	FONDO DE CULTURA ECONÓMICA	2012

**CONSULTA**

5	LIBRO	MANUAL DE PUBLICIDAD	GONZÁLEZ LOBO MARÍA DE LOS ÁNGELES Y PRIETO DEL PINO MARÍA DOLORES	ESIC	2011
6	LIBRO	PUBLICIDAD ONLINE: LAS CLAVES EL ÉXITO EN INTERNET	RODRÍGUEZ DEL PINO DANIEL	ALFAOMEGA GRUPO EDITOR	2010
7	LIBRO	LA PUBLICIDAD ESTRATÉGICA	C. APRILE ORLANDO	PAIDÓS	2013

**PERFIL PROFESIONAL DEL DOCENTE**

Licenciado en Publicidad, Licenciado en Diseño Gráfico, Licenciado en Mercadotecnia.

- Poseer como mínimo el título y cédula profesional correspondiente a nivel licenciatura o experiencia docente o laboral de cinco años en el área respectiva.