



1.- Datos de la asignatura

Nombre de la asignatura:	Publicidad Digital
Clave de la asignatura:	DMD2005
(Créditos) SATCA	2-3-5
Carrera:	Licenciatura en Administración

2.- Presentación

Caracterización de la asignatura.

Publicidad Digital es una materia que se integra a la especialidad de Dirección de Mercadotecnia con la finalidad de que el alumno desarrolle una campaña publicitaria digital de un producto o servicio con una orientación empresarial dentro del entorno de la modernidad para la toma de mejores alternativas para su implementación.

Durante los últimos años las técnicas de marketing han sufrido cambios radicales debido al desarrollo tecnológico y a la globalización de las marcas, es por ello por lo que contar con una campaña publicitaria digital es necesario para las empresas.

En virtud de que es una asignatura del área de especialidad, el alumno requiere de las siguientes competencias, fundamentos de mercadotecnia, mezcla de mercadotecnia, publicidad, sistemas de información de mercadotecnia e investigación de mercados.

Intención didáctica.

El temario está organizado en cinco unidades; en la primera unidad se inicia con conceptos históricos y normativos de la publicidad digital.

En la segunda unidad, se analizan los contenidos publicitarios, mensaje, brief, logotipo y slogan entre otros términos.

La selección de contenidos para medios, radio, televisión, radio, internet, publicidad exterior y de respuesta directa se estudian en la unidad 3.

En la cuarta unidad se diseña la campaña publicitaria, definiendo sus objetivos, estrategias creativas, plan de medios y determinación de presupuestos, para dar paso a la quinta y última unidad, la cual es totalmente práctica puesto que los estudiantes realizan la campaña publicitaria y evalúan sus resultados.



3. Participantes en el diseño y seguimiento curricular del programa

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Observaciones (cambios y justificación)
		Definición de los Programas de estudio de los módulos de especialidad de la Licenciatura en Administración.
Instituto Tecnológico de Acapulco. Octubre 2020.	Lic. Jorge Urióstegui García. Ing. Rodolfo Mena Rojas. Ing. Roberto Carlos Carrasquedo de la Cruz Manjarrez M.C. Claudia Arias Venancio M.C Marcela Martínez García M. A. Usbén Serna González M.A. Rosa Yuritza Valenzuela Ibarra. M.C. Maricela López Trejo. Dra. Claudia Leticia Manzano Jiménez M.A. Jacqueline Bringas Ramírez	



4.- competencias a desarrollar

<p>Competencias específicas: Analizar los antecedentes históricos de la publicidad digital en el mundo y en México, así como sus definiciones y la normatividad. Analiza los diferentes medios masivos publicitarios, necesarios para las campañas. Propiciar el diseño y creación de anuncios para radio, televisión, redes sociales e internet. Diseña campañas publicitarias.</p> <p>Competencias genéricas</p> <p>Competencias instrumentales</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Capacidad de análisis y síntesis ❖ Capacidad de organizar y planificar ❖ Conocimientos básicos de la carrera ❖ Habilidades básicas de manejo de la computadora ❖ Habilidades de gestión de información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas) ❖ Toma de decisiones. <p>Competencias interpersonales</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Habilidades interpersonales ✓ Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario ✓ Capacidad de comunicarse ✓ Apreciación de la diversidad y multiculturalidad ✓ Compromiso ético. <p>Competencias sistémicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica ✚ Capacidad de aprender ✚ Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad) 	<p>Competencias genéricas</p> <p>1.- Competencias instrumentales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Capacidades cognitivas. ✚ Capacidad metodológica para manipular el ambiente. ✚ Destrezas tecnológicas relacionadas con el uso y manejo de equipo de cómputo, así como de búsqueda y manejo de información. ✚ Destrezas lingüísticas tales como la comunicación oral y escrita. ✚ Destreza lingüística en idioma inglés. <p>2.- Competencias interpersonales</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad crítica y autocrítica. ✓ Trabajo en equipo. ✓ Habilidades interpersonales. ✓ Capacidad de trabajar en equipo ✓ Interdisciplinario. ✓ Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas. ✓ Habilidad para trabajar en un ambiente laboral. ✓ Compromiso ético. <p>3.- Competencias sistémicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificar los requisitos de seguridad de las organizaciones. ✓ Aplicar diferentes herramientas para prevenir, monitorear, y evaluar la tecnología de información de la organización.
--	--



EDUCACIÓN

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO®

- ✚ Capacidad para diseñar y gestionar proyectos
- ✚ Preocupación por la calidad



5. Competencias previas

En virtud de que es una asignatura del área de especialidad, el alumno requiere de las siguientes competencias, fundamentos de mercadotecnia, mezcla de mercadotecnia, publicidad, sistemas de información de mercadotecnia, investigación de mercados, formulación y evaluación de proyectos e innovación.

6. Temario

Unidad	Temas	Subtemas
1	Historia y normatividad de la publicidad digital	1.1 Historia de la Publicidad Digital 1.1.1 Antecedentes Históricos de la publicidad digital en el mundo 1.1.2 Antecedentes Históricos de la publicidad digital en México 1.2. Diferentes definiciones de publicidad digital 1.3. Normatividad de la publicidad digital en México
2	Contenidos publicitarios	2.1. El mensaje publicitario 2.1.1. Logotipo 2. 1.2 Slogan 2.2 El Brief 2.3. Concepto total, palabras e imágenes
3	Selección de contenidos para medios de comunicación	3.1. Medios publicitarios 3.1.1 Impresos 3.1.2 Radio 3.1.3 Televisión 3.1.4 Otros medios publicitarios 3.1.4.1 Publicidad exterior 3.1.4.2 Publicidad de respuesta directa 3.1.4.3 Publicidad en internet 3.5. El guion radiofónico 3.6. El guion de televisión 3.7. Producción de anuncios para la radio y la televisión 3.7.1 Proceso de grabación y edición de anuncios para la radio 3.7.2 Proceso de filmación y edición de anuncios para la televisión



4	Diseño de una campaña publicitaria	4.1.- Definición de objetivo de la campaña publicitaria. 4.2.- Estrategias creativas 4.3.- La creación de la comunicación 4.4. El plan de medios 4.5 Determinación del presupuesto
5	La campaña publicitaria	5.1.- Presentación de proyecto integrador 5.2.- Evaluación de la campaña Publicitaria.

7. Actividades de aprendizaje de los temas

Historia y normatividad de la publicidad digital (tema 1)

Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Competencia específica Analizar los antecedentes históricos de la publicidad en el mundo y en México, así como sus definiciones y la normatividad. Genéricas:</p> <p>Competencias instrumentales</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Capacidad de análisis y síntesis ✚ Capacidad de organizar y planificar ✚ Conocimientos generales básicos <p>Competencias genéricas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Capacidad de análisis y síntesis. ✚ Conocimiento sobre la profesión ✚ Capacidad de comunicación oral y escrita. ✚ Habilidad en el uso de las tecnologías de la información y comunicación. ✚ Capacidad de Investigación. ✚ Capacidad de trabajo en equipo. ✚ Habilidades en la búsqueda del proceso y análisis proveniente de diversas fuentes. ✚ Capacidad creativa. ✚ Habilidad para relacionarse con las personas mostrando valor y respeto. ✚ Capacidad de compromiso ético. 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación documental sobre conceptos. • En plenaria se analizan los diferentes conceptos para llegar a conclusiones • Investigación documental sobre las leyes que rigen la publicidad en México. • Exposición de los temas en equipos de trabajo • Exhibición de películas o videos relacionados con los temas.



Contenidos publicitarios (Tema 2)

Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Genéricas</p> <p>Competencias instrumentales Analiza los diferentes medios masivos publicitarios, necesarios para las campañas. Genéricas: Competencias instrumentales</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de análisis y síntesis ✓ Capacidad de organizar y planificar ✓ Conocimientos generales básicos ✓ Conocimientos básicos de la carrera ✓ Comunicación oral y escrita en su propia lengua ✓ Conocimiento de una segunda lengua ✓ Habilidades básicas de manejo de la computadora ✓ Habilidades de gestión de información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas) ✓ Solución de problemas ✓ Toma de decisiones. ✓ Competencias interpersonales - Capacidad crítica y autocrítica - ✓ Trabajo en equipo - ✓ Habilidades interpersonales - ✓ Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario - ✓ Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas - ✓ Apreciación de la diversidad y multiculturalidad - ✓ Habilidad para trabajar en un ambiente laboral - ✓ Compromiso ético. <p>Competencias sistémicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica - • Habilidades de investigación - • Capacidad de aprender - • Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones - 	<ul style="list-style-type: none"> • Mediante un cuadro comparativo analizar los diferentes medios masivos publicitarios. • Analizar bajo la supervisión guiada del maestro la actividad anterior. • Visitar empresas del entorno como Televisoras, radiofónicas, periodísticas entre otras. • Realizar un reporte de las visitas realizadas. • Comentar en clase los resultados del trabajo. • Desarrollar utilizando el Brief, las ideas para la creación de anuncios publicitarios o mensajes para la campaña en creación. • Elaborar un ejercicio utilizando el Brief. • Crear el concepto total del mensaje: palabras e imágenes. • Diseñar material impreso (carteles, revistas, periódico, entre otros).



- Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad) .
- Liderazgo .
- Conocimiento de culturas y costumbres de otros países .
- Habilidad para trabajar en forma autónoma .
- Capacidad para diseñar y gestionar proyectos .
- Iniciativa y espíritu emprendedor .
- Preocupación por la calidad .
- Búsqueda del logro



Selección de contenidos para medios de comunicación (Tema 3)

Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Genéricas</p> <p>Competencias instrumentales Analiza los diferentes medios masivos publicitarios, necesarios para las campañas. Genéricas: Competencias instrumentales</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de análisis y síntesis ✓ Capacidad de organizar y planificar ✓ Conocimientos generales básicos ✓ Conocimientos básicos de la carrera ✓ Comunicación oral y escrita en su propia lengua ✓ Conocimiento de una segunda lengua ✓ Habilidades básicas de manejo de la computadora ✓ Habilidades de gestión de información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas) ✓ Solución de problemas ✓ Toma de decisiones. ✓ Competencias interpersonales - Capacidad crítica y autocrítica - ✓ Trabajo en equipo - ✓ Habilidades interpersonales - ✓ Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario - ✓ Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas - ✓ Apreciación de la diversidad y multiculturalidad - ✓ Habilidad para trabajar en un ambiente laboral - ✓ Compromiso ético. <p>Competencias sistémicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica - • Habilidades de investigación - • Capacidad de aprender - • Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones - 	<p>Analizar los diferentes tipos de guiones de anuncios radiofónicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un ejercicio para anuncios radiofónicos de manera individual. • Grabación de un anuncio de radio. • Analizar los diferentes tipos de guiones de anuncios televisivos. • Elaborar un ejercicio para anuncios televisivos de manera individual. • Filmación y edición de un anuncio para tv o medios electrónicos.



- Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad) .
- Liderazgo .
- Conocimiento de culturas y costumbres de otros países .
- Habilidad para trabajar en forma autónoma .
- Capacidad para diseñar y gestionar proyectos .
- Iniciativa y espíritu emprendedor .
- Preocupación por la calidad .

Búsqueda del logro



Diseño de una campaña publicitaria (Tema 4)

Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Genéricas</p> <p>Competencias instrumentales</p> <p>Analiza los diferentes medios masivos publicitarios, necesarios para las campañas. Genéricas: Competencias instrumentales</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de análisis y síntesis ✓ Capacidad de organizar y planificar ✓ Conocimientos generales básicos ✓ Conocimientos básicos de la carrera ✓ Comunicación oral y escrita en su propia lengua ✓ Conocimiento de una segunda lengua ✓ Habilidades básicas de manejo de la computadora ✓ Habilidades de gestión de información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas) ✓ Solución de problemas ✓ Toma de decisiones. ✓ Competencias interpersonales · Capacidad crítica y autocrítica · ✓ Trabajo en equipo · ✓ Habilidades interpersonales · ✓ Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario · ✓ Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas · ✓ Apreciación de la diversidad y multiculturalidad · ✓ Habilidad para trabajar en un ambiente laboral · ✓ Compromiso ético. <p>Competencias sistémicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica · • Habilidades de investigación · • Capacidad de aprender · • Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones · • Capacidad de generar nuevas 	<p>Definir el objetivo de la campaña publicitaria.</p> <ul style="list-style-type: none"> • En plenaria discutir sobre la determinación del presupuesto. • Realizar la campaña publicitaria utilizando las estrategias creativas y la comunicación en base a los medios.



ideas (creatividad) ·

- Liderazgo ·
- Conocimiento de culturas y costumbres de otros países ·
- Habilidad para trabajar en forma autónoma ·
- Capacidad para diseñar y gestionar proyectos ·
- Iniciativa y espíritu emprendedor ·
- Preocupación por la calidad ·
- Búsqueda del logro



La campaña publicitaria (Tema 5)

Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s):</p> <p>Comunicación oral y escrita en su propia lengua</p> <ul style="list-style-type: none"> ♣ Conocimiento de una segunda lengua ♣ Habilidades de gestión de información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas) ♣ Solución de problemas ♣ Toma de decisiones. <p>Competencias interpersonales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad crítica y autocrítica • Trabajo en equipo • Habilidades interpersonales • Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario • Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas • Apreciación de la diversidad y multiculturalidad • Habilidad para trabajar en un ambiente laboral • Compromiso ético. <p>Competencias sistémicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica • Habilidades de investigación • Capacidad de aprender • Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones • Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad) • Liderazgo 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del proyecto de forma virtual



8. Práctica(s)

- Investigar los atractivos psicológicos de los anuncios .
- Elaborar audiovisuales sobre el funcionamiento de los principales medios publicitarios. .
- Elaborar audiovisuales sobre los principales medios publicitarios alternativos.
 - Organizar una exposición de materiales publicitarios alternativos. .
 - Presentación audiovisual sobre la legislación relativa a la publicidad. .
 - Redacción de un Brief. .
- Redacción de un anuncio impreso. .
- Redacción de un guion de radio. .
- Redacción de un guion de tv. .
- Grabación del anuncio de radio. .
- Filmación del anuncio de tv. .
- Elaboración de la campaña total.
- Lectura y análisis de artículos técnico-científicos en inglés relacionados con la materia.



9. Proyecto de asignatura

El objetivo del proyecto que planteé el docente que imparta esta asignatura, es demostrar el desarrollo y alcance de la(s) competencia(s) de la asignatura, considerando las siguientes fases:

- **Fundamentación:** marco referencial (teórico, conceptual, contextual, legal) en el cual se fundamenta el proyecto de acuerdo con un diagnóstico realizado, mismo que permite a los estudiantes lograr la comprensión de la realidad o situación objeto de estudio para definir un proceso de intervención o hacer el diseño de un modelo.
- **Planeación:** con base en el diagnóstico en esta fase se realiza el diseño del proyecto por parte de los estudiantes con asesoría del docente; implica planificar un proceso: de intervención empresarial, social o comunitario, el diseño de un modelo, entre otros, según el tipo de proyecto, las actividades a realizar los recursos requeridos y el cronograma de trabajo.
- **Ejecución:** consiste en el desarrollo de la planeación del proyecto realizada por parte de los estudiantes con asesoría del docente, es decir en la intervención (social, empresarial), o construcción del modelo propuesto según el tipo de proyecto, es la fase de mayor duración que implica el desempeño de las competencias genéricas y específicas a desarrollar.
- **Evaluación:** es la fase final que aplica un juicio de valor en el contexto laboral-profesión, social e investigativo, ésta se debe realizar a través del reconocimiento de logros y aspectos a mejorar se estará promoviendo el concepto de “evaluación para la mejora continua”, la metacognición, el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo en los estudiantes.



10. Evaluación por competencias

Para verificar el avance en las competencias del estudiante puede solicitarse:

Instrumentos:

- Ensayos
- Mapas mentales y conceptuales
- Cuadro comparativo
- Reporte de investigación
- Análisis de casos prácticos
- Examen oral o escrito
- Exposición individual o grupal
- Proyecto integrador Herramientas:
- Lista de cotejo
- Rúbrica

Lista de observación



11. Fuentes de información

Bibliografía básica

- Alonso, M. El plan de marketing digital. México: Pearson.
- Mejía, J.C. (2018). La guía avanzada del community manager. Ed. Anaya Multimedia.
- Landa, R. Publicidad y diseño. (2018). Editorial Anaya
- Westwood, J. Preparar un plan de marketing. Editorial PROFIT.

Bibliografía adicional

- La Vaca Púrpura – Seth Godin
- Jobs To Be Done – Stephen Wunker, Jessica Wattman y David Farber
- 51 Things Your Mother Taught You About Inbound Marketing – Chad Pollitt
- Growth Hacker Marketing – Ryan Holiday
- Web Analytics 2.0 – Avinash Kaushik
- Traction – Gabriel Weinberg y Justin Mares