



## FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

### ESCUELA DE COMUNICACIÓN

#### 1. Datos generales

**Materia:** INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD  
**Código:** CMN0302  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Septiembre-2019 a Febrero-2020  
**Profesor:** SERRANO CORDERO JULIA CATALINA  
**Correo electrónico:** cserrano@uazuay.edu.ec

**Nivel:** 3

#### Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	0	16	80	160

#### Prerrequisitos:

Ninguno

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

Es una introducción al mundo creativo de la Publicidad.

Tras la asignatura de Comunicación y Mercadeo, los alumnos conocen los principios básicos de la publicidad.

Esta asignatura es fundamental para la carrera ya que uno de los cuatro ejes de la Comunicación del pñsum es Publicidad.

#### 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

#### 4. Contenidos

1.1	¿Qué es la publicidad?
1.2	Roles y funciones de la publicidad
1.3	Los participantes clave
1.4	Tipos de publicidad
1.5	¿Qué hace que un anuncio sea eficaz?
1.6	Evolución y escena actual de la publicidad
2.1	¿Qué es el marketing y su relación con la publicidad?
2.2	Los participantes clave
2.4	Tipos de consumidores
2.5	El proceso del marketing
2.6	Cómo trabajan las agencias
3.1	La publicidad como comunicación
3.2	Los efectos detrás de la eficacia publicitaria
3.3	El modelo de las facetas publicitarias

4.1	La búsqueda del insight
4.2	Los usos de la investigación
4.3	Métodos de investigación utilizados en la planeación de la publicidad
5.1	Análisis de casos

## 5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

ap. Identifica los principios básicos de la comunicación publicitaria

Evidencias

-Identifica la relación entre publicidad y marketing

-Foros, debates, chats y otros  
 -Reactivos  
 -Resolución de ejercicios, casos y otros  
 -Trabajos prácticos - productos

## Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Resolución de ejercicios, casos y otros	Tipos de publicidad: buscar ejemplos de cada uno para discutirlos en grupo	Introducción a la publicidad	APORTE	3	Semana: 2 (16-SEP-19 al 21-SEP-19)
Foros, debates, chats y otros	Se plantea una discusión en torno a material revisado en clases y se espera cuando menos dos participaciones por estudiantes	Introducción a la publicidad	APORTE	2	Semana: 3 (23-SEP-19 al 28-SEP-19)
Reactivos	El objetivo de esta prueba es verificar que los estudiantes asimilan y se apropian correctamente de los principios de la Publicidad	Introducción a la publicidad	APORTE	5	Semana: 4 (30-SEP-19 al 05-OCT-19)
Reactivos	El objetivo de esta prueba es verificar que los estudiantes entienden la relación entre el Marketing y la Publicidad	El rol de la publicidad en el marketing	APORTE	3	Semana: 7 (21-OCT-19 al 26-OCT-19)
Reactivos	El objetivo de esta prueba es verificar que los estudiantes cómo funciona la Publicidad	Cómo funciona la publicidad	APORTE	5	Semana: 11 (18-NOV-19 al 23-NOV-19)
Foros, debates, chats y otros	Se plantea una discusión en torno a material revisado en clases y se espera cuando menos dos participaciones por estudiantes	Investigación estratégica	APORTE	2	Semana: 13 (02-DIC-19 al 07-DIC-19)
Reactivos	El objetivo de esta prueba es verificar que los estudiantes entienden de dónde y cómo se recopila la información necesaria para el planteamiento de una campaña publicitaria	Investigación estratégica	APORTE	5	Semana: 13 (02-DIC-19 al 07-DIC-19)
Reactivos	El objetivo de esta prueba es verificar que los estudiantes están en capacidad de realizar una planificación estratégica	Planeación estratégica	APORTE	5	Semana: 19-20 (12-01-2020 al 18-01-2020)
Reactivos	revisión de todos los capítulos	Cómo funciona la publicidad, El rol de la publicidad en el marketing, Introducción a la publicidad, Investigación estratégica, Planeación estratégica	EXAMEN	6	Semana: 19 (13-ENE-20 al 18-ENE-20)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Planificación de cuentas	Planeación estratégica	EXAMEN	5	Semana: 19 (13-ENE-20 al 18-ENE-20)
Trabajos prácticos - productos	en grupos deben desarrollar una investigación de una de las seis facetas	Cómo funciona la publicidad	EXAMEN	5	Semana: 19 (13-ENE-20 al 18-ENE-20)
Trabajos prácticos - productos	Cómo se obtienen los insights	Investigación estratégica	EXAMEN	4	Semana: 19 (13-ENE-20 al 18-ENE-20)
Reactivos	Revisión de todos los contenidos	Cómo funciona la publicidad, El rol de la publicidad en el marketing, Introducción a la publicidad, Investigación estratégica, Planeación estratégica	SUPLETORIO	20	Semana: 21 ( al )

## Metodología

### Descripción

Este curso tiene una naturaleza teórico-práctica. Al inicio del curso se entrega el material de lectura y se espera que los estudiantes realicen la lectura correspondiente a cada tema previa su discusión y análisis en clases.

### Tipo horas

Total docencia

## Criterios de evaluación

### Descripción

### Tipo horas

Las evaluaciones serán varias: pruebas, investigaciones y trabajos grupales prácticos.

Total docencia

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
x	x	x		

#### Web

#### Software

#### Revista

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

#### Web

#### Software

#### Revista

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **10/09/2019**

Estado: **Aprobado**