

	Nombre del documento: Formato de Programa de Estudio de asignatura de Especialidad	Código: TecNM-AC-PO-007-02
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 8.3, 8.3.1	Página 1 de 9

1. Datos Generales de la asignatura

Nombre de la asignatura:	Publicidad
Clave de la asignatura:	CCM-1903
SATCA¹:	2-4-6
Carrera:	Ingeniería en Animación Digital y Efectos Visuales

2. Presentación

Caracterización de la asignatura

La presente asignatura aporta al perfil de egreso, la capacidad de identificar necesidades publicitarias o de desarrollo de contenidos dentro del sector empresarial o industrial.

Está diseñada para el logro de competencias específicas y genéricas dirigidas a la creación de contenidos digitales de calidad y valor mediante el análisis de un público objetivo y el uso de herramientas estratégicas; cuyo objetivo principal es atraer a los usuarios a través de un contenido de calidad para que el cliente venda un producto o servicio. La importancia de la asignatura se sustenta en mejorar la estrategia de marketing digital y mejorar los ratios de conversión mediante la medición, procesamiento, análisis y reporte del tráfico de internet para entender y optimizar el uso de un sitio web, ya sea e-commerce, un sitio corporativo, un portal publicitario o una red social.


Se relaciona con todas aquellas asignaturas en donde se apliquen temáticas relacionadas al desarrollo de contenidos digitales, brief publicitario, planificación de medios digitales, estrategia digital, derecho intelectual, entre otros.

Intención didáctica

La asignatura se organiza en cinco temas, donde se abordan las temáticas relativas a la publicidad digital, consideraciones, tendencias, herramientas y aplicaciones, así como el análisis de impacto de los contenidos en los medios digitales.

En el primer tema, se abordan los conceptos relativos a los fundamentos de publicidad, tales como tipos, objetivos, elementos, finalidad en el marketing y como estrategia de posicionamiento de una empresa.

¹ Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos

	Nombre del documento: Formato de Programa de Estudio de asignatura de Especialidad	Código: TecNM-AC-PO-007-02
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 8.3, 8.3.1	Página 2 de 9


La segunda temática se orienta a que el estudiante identifique las características y modelos de comunicación, métricas online, consultoría SEO/SEM/CPC, y otros temas especializados en la publicidad y el marketing digital.

El tercer tema tiene como objetivo reconocer el comportamiento del consumidor como consecuencia de la introducción a la publicidad digital o desarrollo de contenidos, el estudio de percepción como indicador para medir la forma en que el público objetivo se expresa sobre nuestra marca, producto o servicio a través de la llamada reputación online y las TIC's orientadas al consumidor.

El tema cuatro se centra en asentar las bases para diseñar un plan estratégico en redes sociales de cualquier empresa, monitorizando la aceptación y las herramientas para la gestión de comunidades online.

El quinto tema se orienta al análisis de casos prácticos para establecer una visión estratégica, definiendo y controlando cualquier contenido digital mediante la optimización, análisis e interpretación de los resultados y la experiencia de los usuarios aprendiendo a usar la analítica web para impulsar el cambio en los negocios a través del análisis de datos para mejorar los resultados.

Para cada uno de los temas se sugiere que el docente promueva la práctica a través de herramientas computacionales para el proceso creativo, de ejecución y análisis de publicidad digital.

	Nombre del documento: Formato de Programa de Estudio de asignatura de Especialidad	Código: TecNM-AC-PO-007-02
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 8.3, 8.3.1	Página 3 de 9

3. Participantes en el diseño y seguimiento curricular del programa


Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Observaciones
Instituto Tecnológico Superior de Coahuila de Zaragoza del 25 de enero al 11 de junio de 2019.	H. Academia de Ing. Animación Digital y efectos Visuales del Instituto Tecnológico Superior de Coahuila de Zaragoza	Juntas y revisiones al interior de la academia

4. Competencia(s) a desarrollar

Competencia(s) específica(s) de la asignatura
Conoce y aplica la difusión de contenidos en el proceso creativo, de ejecución y análisis de publicidad digital con una visión estratégica orientada al posicionamiento de conceptos, ideas, marcas y productos en empresas e instituciones de diferentes ámbitos.


5. Competencias previas

<ul style="list-style-type: none"> • Comprende y aplica conocimientos de diseño • Utiliza herramientas digitales (ilustración digital, retoque digital, edición y animación) • Comprende y aplica los temas relacionados a la asignatura de Desarrollo de Contenidos

	Nombre del documento: Formato de Programa de Estudio de asignatura de Especialidad	Código: TecNM-AC-PO-007-02
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 8.3, 8.3.1	Página 4 de 9


6. Temario

No.	Temas	Subtemas
1	Fundamentos de la Publicidad	1.1 Definición 1.2 Antecedentes de la publicidad 1.3 Tipología general 1.4 Objetivos de la publicidad 1.5 Elementos del proceso de comunicación publicitaria 1.6 La publicidad como herramienta del marketing 1.7 La publicidad como estrategia de posicionamiento
2	Publicidad de Contenidos	2.1 Características y modelos de comunicación. 2.2 Modelos de compras de medios. 2.3 Formatos publicitarios. 2.4 Métricas online. 2.5 Posicionamiento en buscadores: SEO, SEM Y CPC.
3	Investigación del Consumidor	3.1 Gestión de relaciones con los clientes 3.2 Tecnología, procesos y cultura 3.3 Investigación del consumidor. 3.4 Reputación online. 3.5 TIC's orientadas al consumidor
4	Social Media y Content Management	4.1 Definición y análisis de las diferentes redes sociales. 4.2 Estrategias de social media. 4.3 Gestión de comunidades online y herramientas.
5	Medición y Analítica Web	5.1 Contenidos y usuarios 5.2 La analítica web y el modelo de negocio. 5.3 Principales indicadores. 5.4 Analítica web y usabilidad 5.5 Establecimiento de KPI's


	Nombre del documento: Formato de Programa de Estudio de asignatura de Especialidad	Código: TecNM-AC-PO-007-02
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 8.3, 8.3.1	Página 5 de 9

7. Actividades de aprendizaje de los temas

Fundamentos de la Publicidad	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s): Conoce y comprende los conceptos básicos y antecedentes de la publicidad como herramienta del marketing y estrategia de posicionamiento de contenidos digitales.</p> <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla habilidades de apreciación audiovisual • Emplea pensamiento lógico y creativo • Trabaja en equipo y de forma colaborativa • Capacidad de análisis y síntesis • Comunicación oral y escrita • Maneja tecnologías de información 	<ul style="list-style-type: none"> • Investiga los conceptos básicos de la publicidad digital y elabora mapa conceptual. • Identifica los tipos de publicidad a través de una investigación y elabora un cuadro sinóptico que incluya su definición y características. • Elabora, presenta y expone un esquema que represente los elementos del proceso de comunicación publicitaria. • Presenta en equipos de trabajo, casos prácticos de diferentes producciones de animación enfocados a la publicidad.
Publicidad de Contenidos	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s): Conoce y comprende las características, modelos, formatos y métricas en publicidad de contenidos.</p> <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla habilidades de apreciación audiovisual • Emplea pensamiento lógico y creativo • Trabaja en equipo y de forma colaborativa • Capacidad de análisis y síntesis • Comunicación oral y escrita • Maneja tecnologías de información 	<ul style="list-style-type: none"> • Investiga y genera un mapa mental de las características en la publicidad de contenidos. • Investiga y expone por equipos de trabajo la aplicación de un caso práctico de alguna de las métricas online en la publicidad de contenidos. • Diseña por equipos de trabajo un plan estratégico enfocado al posicionamiento (SEO, SEM Y CPC) de tiendas online. Presenta y expone.

	Nombre del documento: Formato de Programa de Estudio de asignatura de Especialidad	Código: TecNM-AC-PO-007-02
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 8.3, 8.3.1	Página 6 de 9

Investigación del consumidor	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s): Identifica los diferentes comportamientos del consumidor, y aplica estrategias para la creación y posicionamiento de los contenidos digitales.</p> <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla habilidades de apreciación audiovisual • Emplea pensamiento lógico y creativo • Trabaja en equipo y de forma colaborativa • Capacidad de análisis y síntesis • Comunicación oral y escrita • Maneja tecnologías de información 	<ul style="list-style-type: none"> • Investiga y presenta en un resumen los objetivos principales de un Customer Relationship Management (Gestión de la relación con el cliente) y su impacto en la publicidad digital. • Investiga y genera un mapa conceptual del impacto de las nuevas tecnologías en el comportamiento de los consumidores en la publicidad digital. • Por equipos de trabajo, presenta y expone un caso práctico donde se consideren los factores para monitorización de reputación online de una empresa o institución.
Social Media y Content Management	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica: Conoce y aplica las bases conceptuales en el diseño de un plan estratégico en medios sociales de entidades corporativas, industriales y emprendedoras</p> <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla habilidades de apreciación audiovisual • Emplea pensamiento lógico y creativo • Trabaja en equipo y de forma colaborativa • Capacidad de análisis y síntesis • Comunicación oral y escrita • Maneja tecnologías de información 	<ul style="list-style-type: none"> • Investiga y genera un mapa conceptual de los tipos de publicidad en internet. • Diseña e implementa por equipos de trabajo un plan estratégico en medios sociales de cualquier empresa o institución. • Investiga e identifica las últimas herramientas y plataformas para la gestión de comunidades (Por ejemplo: blogs, foros, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, G+, Pinterst) • Planifica y desarrolla por equipos de trabajo un plan de Social Paid Media.

	Nombre del documento: Formato de Programa de Estudio de asignatura de Especialidad	Código: TecNM-AC-PO-007-02
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 8.3, 8.3.1	Página 7 de 9

Medición y Analítica Web	
<p>Específica(s): Analiza e interpreta datos de las plataformas digitales para mejorar los resultados en los contenidos de animación.</p> <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla habilidades de apreciación audiovisual • Emplea pensamiento lógico y creativo • Trabaja en equipo y de forma colaborativa • Capacidad de análisis y síntesis • Comunicación oral y escrita • Maneja tecnologías de información 	<p>Actividades de aprendizaje</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investiga y genera glosario de los términos relacionados al manejo de contenido y analítica web(cookie, hit, Landing Page, KPI's, referer, bounce rate, etc.) • Investiga la importancia del análisis de contenido y el rol de los usuarios. Concluye con mapa conceptual. • Presenta por equipo un caso práctico (contenido de animación) que aplique analítica web (marca, adquisición, conversión o fidelización) de una empresa o institución, integrando lo visto durante el semestre en la asignatura.

8. Práctica(s)


Se recomienda generar un proyecto integrador que considere las temáticas de la asignatura trabajadas en el semestre:

- Presentar por equipos de trabajo una propuesta real (considerar el proyecto final de la asignatura de Desarrollo de Contenidos), donde integre la difusión de contenidos de animación en el proceso creativo, de ejecución y análisis de publicidad digital considerando las estrategias de social media y administración de contenidos, métricas online, relación con los clientes y analítica web.

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

	Nombre del documento: Formato de Programa de Estudio de asignatura de Especialidad	Código: TecNM-AC-PO-007-02
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 8.3, 8.3.1	Página 8 de 9

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

La evaluación debe ser continua y formativa por lo que se debe considerar el desempeño en cada una de las actividades de aprendizaje. Tomando en cuenta uno o más de los siguientes métodos de evaluación:

- Listas de cotejo
- Matrices de valoración
- Guías de observación
- Rúbricas
- Evaluación diagnóstica

Para evaluar las actividades de aprendizaje se recomienda solicitar alguna(s) de las siguientes formas de evaluación:

- Bitácora de actividades desarrolladas.
- Pruebas prácticas de los conocimientos adquiridos en clase.
- Resolución de problemas asignados de manera grupal o individual.
- Portafolio de trabajos
- Tareas
- Exposiciones
- Reportes escritos

	Nombre del documento: Formato de Programa de Estudio de asignatura de Especialidad	Código: TecNM-AC-PO-007-02
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 8.3, 8.3.1	Página 9 de 9

- Puntualidad
- Presentación
- Mapas conceptuales
- Mapas mentales
- Resúmenes
- Investigaciones usando diversas fuentes de investigación
- Trabajo en equipo
- Análisis y redacción de textos
- Ortografía y redacción
- Exámenes teóricos
- Exámenes prácticos
- Participación en las sesiones grupales
- Uso de las tecnologías de la información
- Información bibliográfica
- Creatividad

11. Fuentes de información

- Díaz, E., & Martínez, D. (2017). *Social Selling*. Altom Service SA.
- Estrade Nieto, J. M., Jordan Soro, D., & Hernández Daude, M. A. (2012). *Marketing Digital (Marketing Móvil, SEO y Analítica Web)*. Anaya Multimedia.
- Liberos, E., Nuñez, Á., Bareño, R., García del Poyo, R., Gutiérrez, J., & Pino, G. (2013). *El Libro del Marketing Interactivo y la Publicidad Digital*. ESIC Editorial.