



**PLANEACIÓN, ADMINISTRACIÓN
Y ORGANIZACIÓN DE
PROYECTOS PUBLICITARIOS
BASADOS EN EL USO DE LA
MULTIMEDIA**

IF208



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISIÓN DE INGENIERÍAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

ACADEMIA DE MULTIMEDIA					
I	NOMBRE DE LA MATERIA	PLANEACION, ADMINISTRACION Y ORGANIZACION DE PROYECTOS PUBLICITARIOS BASADOS EN EL USO DE LA MULTIMEDIA			
	TIPO DE ASIGNATURA	CURSO TALLER	CLAVE	IF208	
II	CARRERA	LIC. EN INGENIERIA EN COMUNICACION MULTIMEDIA			
	ÁREA DE FORMACIÓN	OPTATIVA ABIERTA			
III	PRERREQUISITOS				
IV	CARGA GLOBAL TOTAL	80	TEORÍA	48	PRÁCTICA 32
V	VALOR EN CRÉDITOS	8			
	FECHA DE CREACIÓN	FEBRERO 2011	FECHA DE MODIFICACIÓN	ENERO 2012	FECHA DE EVALUACIÓN ENERO 2020

VI. COMPETENCIA GENERAL

El estudiante analiza las aplicaciones interactivas multimedia aplicadas a la estructuración de proyectos publicitarios e identifica la importancia de la planeación, administración y organización de Proyectos como un instrumento en el logro de los objetivos de los proyectos de alto impacto para una empresa u organización

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

1. El estudiante del curso identifica los elementos históricos de la publicidad y su origen.
2. El estudiante de curso identifica y evalúa los elementos (fases, procesos y etapas) que componen un proyecto de publicidad, basado en la teoría de la administración de proyectos.
3. El estudiante del curso identifica los procesos de la administración de proyectos y propone un análisis situacional para construir un proyecto de publicidad basado en el uso de tecnología multimedios.
4. El estudiante del curso construye una propuesta de un proyecto publicitario basado en multimedia, tomando en consideración los principales elementos y características de la administración de proyectos.

VII. CONTENIDO TEMÁTICO

Presentación del Curso:

Avenida Universidad 203 Delegación Ixtapa C.P. 48280
 Puerto Vallarta, Jalisco. México. Tels. [52] (322) 22 6 22 30, Ext. 66230
www.cuc.udg.mx

Ma. del Consuelo Cortés Velázquez



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISIÓN DE INGENIERÍAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Este curso tiene como finalidad introducir al estudiante en el ámbito de la publicidad, representado por la estructuración de proyectos vinculados al uso de los diversos medios multimedia, sí como el modelo más representativo en la elaboración y administración de proyectos publicitarios. El programa está formado por 4 unidades de aprendizaje u objetos de estudio que abarcan las características generales de la publicidad y la administración de proyectos, los objetivos que se plantean para ella y su relación con la innovación empresarial, hasta llegar al planteamiento y estudio de casos concretos.

Contenidos Temáticos:

UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD

Competencia de la unidad: El estudiante del curso identifica los elementos históricos de la publicidad y su origen.

Contenido Temático:

- 1.1 Historia de la publicidad
- 1.2 Lo que es la publicidad
- 1.3 Medios utilizados por la publicidad
- 1.4 Publicidad directa
- 1.5 Efectos económicos y sociales
- 1.6 Algunos puntos de vista sobre la publicidad

Actividad 1 Descripción Criterios de Evaluación Valor

Conceptos básicos del curso.

Trabajo escrito elaborado

Trabajo escrito elaborado por los alumnos. Extensión, Pertinencia y congruencia en los elementos estructurales de la actividad Respetar la temporalidad 5 puntos

Actividad 2 Historia o cronología de la aparición de la tecnología multimedia en la publicidad. Trabajo escrito en grupo de 4 integrantes. INSUMO: Hoja de redacción de la historia para cada equipo y formato de entrega de la actividad Participación activa del estudiante (creativa, personal, grupal, y con relevancia)

Conceptos: coherencia, suficiencia y pertinencia

Diseño: Estructura y secuencia Presentación: Redacción y Ortografía. Se apega a las indicaciones precisas Se evidencia objetividad en las críticas expuestas.

Mu. del Consuelo Cortés Dela Cruz



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISIÓN DE INGENIERÍAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

5 puntos

Asignación 1

Empresa Publicitaria Trabajo escrito de investigación. INSUMO: Cuestionario guía y hoja de formato de entrega de la actividad. Extensión, Pertinencia y congruencia en los elementos estructurales de la investigación (6 preguntas guías). Cada elemento (pregunta) deberá estar presente, con el suficiente detalle y debidamente citado.

Respetar la temporalidad en la entrega

El trabajo estará escrito correctamente, con ortografía y gramática correcta.

10 puntos

Fuentes de información debidamente citadas

Se asignará un punto por cada uno de los elementos 1, 2, 4 y 5 y dos puntos por cada uno de los elementos 3 y 6. La presentación y la entrega del trabajo respetando el formato para trabajo respetando el formato para ello tendrá un valor de 2 puntos.

UNIDAD II: EL CONTEXTO DE LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS PUBLICITARIOS

Competencia de la unidad: El estudiante de curso identifica y evalúa los elementos (fases, procesos y etapas) que componen un proyecto de publicidad, basado en la teoría de la administración de proyectos.

Contenido Temático:

- 1.1 Que es un proyecto
- 1.2 Que es la administración de proyectos
- 1.3 Fases del proyecto y ciclo de vida
- 1.4 Influencias en la elaboración de proyectos

Actividad 1 Descripción Criterios de Evaluación Valor

Aplicaciones Multimedia en la publicidad. Trabajo escrito individual INSUMO: Hoja de lectura aplicaciones multimedia para cada estudiante y formato de entrega de la actividad

Conceptos: coherencia, suficiencia y pertinencia

Diseño: Estructura y secuencia Presentación: Redacción y Ortografía. Se apega a las indicaciones precisas Se evidencia objetividad en las críticas expuestas.

5 puntos

Mra. del Consuelo Cortes Velázquez.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISIÓN DE INGENIERÍAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Actividad 2 Diferencias entre propaganda y publicidad. Trabajo escrito individual
INSUMO: Hoja de lectura aplicaciones multimedia para cada estudiante y formato de entrega de la actividad

Conceptos: coherencia, suficiencia y pertinencia

Diseño: Estructura y secuencia Presentación: Redacción y Ortografía. Se apega a las indicaciones precisas Se evidencia objetividad en las críticas expuestas.

5 puntos

Asignación 2

Evaluación de un proyecto publicitario

Identificación de los procesos de un proyecto publicitario Trabajo escrito de Extensión, Pertinencia y congruencia en los elementos estructurales de la investigación (7 elementos)

Analiza la lectura sobre la elaboración de un plan publicitario.

Respetar el formato de entrega de la investigación.

10 puntos

Identificar de los aspectos que se aborda un proyecto publicitario

Presentación en tiempo y forma

UNIDAD III: PROCESOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS PUBLICITARIOS

Competencia de la unidad: El estudiante del curso identifica los procesos de la administración de proyectos y propone un análisis situacional para construir un proyecto de publicidad basado en el uso de tecnología multimedios.

Contenido Temático:

- 3.1 Procesos de Grupo
- 3.2 Procesos de Inicialización
- 3.3 Procesos de Planeación
- 3.4 Procesos de Facilitación
- 3.5 Procesos de Ejecución
- 3.6 Procesos de Control
- 3.7 Procesos de Cierre y Evaluación

Actividad 1 Descripción Criterios de Evaluación Valor

Teorías de la publicidad

Trabajo escrito

Ma. del Consuelo Cortés Velázquez



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISIÓN DE INGENIERÍAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Conceptos: coherencia, suficiencia y pertinencia

Diseño: Estructura y secuencia

Presentación: Redacción y Ortografía. Se apega a las indicaciones precisas Se evidencia objetividad en las críticas expuestas. 5 puntos

Asignación 3

Análisis Situacional de un proyecto de Publicidad Trabajo escrito de investigación

Extensión, Pertinencia y congruencia en los elementos estructurales de la investigación

(7 elementos)

Cada elemento (pregunta) deberá estar presente, con el suficiente detalle y debidamente contestado.

Respetar la temporalidad en la entrega El trabajo estará escrito correctamente, con ortografía y gramática correcta. Fuentes de información debidamente citadas

Se asignará un punto por cada uno de los elementos 2, 3, 5 y 6 y dos puntos por cada uno de los elementos 4 y 1.

La presentación y la entrega del trabajo respetando el formato para ello tendrán un valor de 2 puntos.

15 puntos

UNIDAD IV: LA INTEGRACIÓN DE PROYECTOS PUBLICITARIOS

Competencia de la unidad: El estudiante del curso construye una propuesta de un proyecto publicitario basado en multimedia, tomando en consideración los principales elementos y características de la administración de proyectos.

Contenido Temático:

4.1 Desarrollo del Plan del Proyecto:

- a) Planeación del alcance del proyecto
- b) Planeación de Costos del proyecto
- c) Planeación de Tiempos del proyecto
- d) Planeación de recursos humanos
- e) Planeación de medios del proyecto
- f) Planeación de riesgos del proyecto
- g) Planeación de la Calidad del proyecto

4.2 Ejecución del Plan del Proyecto

4.3 Control de Cambios General

Avenida Universidad 203 Delegación Ixtapa C.P. 48280
Puerto Vallarta, Jalisco. México. Tels. [52] (322) 22 6 22 30, Ext. 66230

www.cuc.udg.mx

Ma del Consuelo Cortés Velázquez



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISIÓN DE INGENIERÍAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Actividad Descripción Criterios de Evaluación Valor

Asignación 4

Elaboración de un proyecto de publicidad basado en Multimedia. Trabajo escrito de investigación. INSUMO: Hoja del formato de entrega de la actividad para cada estudiante

Lectura: procesos para la elaboración de un producto multimedia.

Extensión, Pertinencia y congruencia en los elementos estructurales de la investigación (7 elementos)

Cada elemento (pregunta) deberá estar presente, con el suficiente detalle y debidamente contestado.

Respetar la temporalidad en la entrega El trabajo estará escrito correctamente, con ortografía y gramática correcta. Fuentes de información debidamente citadas.

Creatividad en la formalización del producto de aprendizaje Se asignará dos puntos por los elementos 1-a, 1-b, 1-c y 1-d; tres puntos por los elementos 2 y 3; y 14 puntos por el elemento 4.

La presentación y la entrega del trabajo respetando el formato para ello tendrán un valor de 2 puntos.

20 puntos Presentación del producto multimedia participaciones individuales y por equipo La presentación y la entrega del trabajo respetando el formato de la actividad.

10 puntos

VIII. MODALIDAD DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Este programa se ofrece en la modalidad presencial y se apoyada en medios y tecnologías de aprendizaje. La composición de las sesiones de formación se basa en el uso selectivo de los recursos para la información y la formación, apoyándose en la administración teniendo como elementos importantes los siguientes: a) Estudio profundo de cada unidad de aprendizaje; b) Reflexión sobre valores y conductas que te facilitarán el logro del objetivo de este curso, el cual se evidencia a través del producto final; c) Trabajo individual y por equipo, Participación en las sesiones presenciales, así como su asistencia a ellas; d) Evaluaciones continuas reflejada en

Ma. del Consuelo Cortés Delacruz



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISIÓN DE INGENIERÍAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

cada unidad de aprendizaje; y e) Se vinculara el trabajo de los equipos del curso con las empresas e instituciones.

Las técnicas de aprendizaje a utilizar en el curso son las siguientes: a) Dinámicas de integración de equipos, de evaluación de productos, de trabajo en grupos e individual actividades de aprendizaje, de resolución de problemas y análisis de contenidos dentro del aula de clases, así como ejercicios de mesa redonda, lluvia de ideas y foros de discusión dirigida; b) Exposiciones y análisis de contenidos temáticos; c) Conferencia o exposición de contenidos; y d) Lectura Comentada, Instrucción Programada de actividades, Estudio de Casos y experiencia Estructurada.

El curso contendrá 3 unidades de aprendizaje, de las cuales cada una de ella contendrá una evaluación diagnóstica, una actividad preliminar, 3 actividades de aprendizaje relacionada con los contenidos temáticos que se manejarán, 1 actividad final de cada unidad o evaluación parcial, y al final del curso entregara un producto final de aprendizaje denominado producto multimedia. Otro tipo de actividades desarrolladas en las sesiones son la lectura previa y discusión de contenidos, trabajos de investigación y la exposición del profesor Los recursos didácticos que utiliza el curso para su óptima impartición son: a) Aula de clases con capacidad para 40 alumnos; b) Pintaron normal, plumones para pintaron; c) Smart Board o laptop y un cañón proyector o televisión; d) Uso de correo electrónico para apoyo en la distribución de materiales y recursos, así mismo para la entrega de trabajos de los estudiantes.

El curso de introducción a las tecnologías multimedios exige la participación de sus estudiantes en actividades extracurriculares como son la participación en conferencias, y talleres de índole cultural, deportiva, social y educativa relacionado con su campo de formación.

IX. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1) Gido, Jack & Clements James (2007) Administración exitosa de proyectos, Tercera Edición.

Editorial Cengage Learning.

Ejemplar disponible en línea en el sitio web Consultado en el sitio web:

http://books.google.com/books?id=sP40yYWqtvcC&pg=PA1&dq=administracion+de+proyectos&ei=evRsSZG5DomUMsDs_IQN&hl=es#PPT1,M1

Maria del Consuelo Cortés Velázquez



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISIÓN DE INGENIERÍAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

1) Yamal Chamau (2002) Administración profesional de proyectos- La Guía. Editorial McGraw Hill.

X. CONOCIMIENTOS, APTITUDES, ACTITUDES, VALORES, CAPACIDADES Y HABILIDADES QUE EL ALUMNO DEBE ADQUIRIR

Aptitud:

Capacidad y disposición para el buen manejo de la comunicación y tecnología con habilidad para ejercer ciertas tareas minimizando tiempo y esfuerzo, logrando con esto las condiciones idóneas para realizar actividades dependiendo el área laboral.

Actitud:

Se pretende que el alumno, cuente con una conducta positiva hacia el manejo de herramientas necesarias para el conocimiento de la información, comunicación y las tecnologías en la actualidad.

Valores:

Se pretende que el alumno al finalizar el curso le permita manifestar su identidad en relación con sus nuevos conocimientos tanto en su trayecto escolar con su relación con el exterior.

Conocimiento:

Este curso tiene como objetivo principal el llevar a cabo un proceso de creación de productos tipo multimedia, así como de retroalimentación de información necesaria a través de dinámicas de evaluación para reafirmar y estimular las fases de producción multimedios.

Capacidades:

El alumno tendrá la capacidad de poder resolver un problema en el área de la producción multimedia, así como también mejorar los procesos en tiempo y forma para producción multimedia, así como también mejorar los procesos en tiempo y forma para realizarlo dependiendo de las circunstancias en que se presente.

Valores Éticos y Sociales:

Avenida Universidad 203 Delegación Ixtapa C.P. 48280
Puerto Vallarta, Jalisco. México. Tels. [52] (322) 22 6 22 30, Ext. 66230
www.cuc.udg.mx

Ma. del Consuelo Cortés Velázquez



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISIÓN DE INGENIERÍAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

El estudiante debe trabajar individualmente (Responsabilidad y puntualidad); Valorar objetivamente el trabajo y opiniones de sus compañeros (Respeto); Resolver exámenes individualmente (Honestidad); Valorar el método de la ciencia como un camino que nos conduce a la verdad (Valorar la verdad); Auto motivarse para administrar su propio tiempo y cumplir con las tareas que se le asignen en el curso (Entusiasmo y responsabilidad); Apremiar la cultura; Criticar y ser criticado en forma constructiva (Respeto); y Valorar el trabajo en equipo para su fortalecimiento (Integración en equipo)

Competencias Transversales:

El curso desarrolla de manera implícita las competencias instrumentales de organización, administración, planificación y gestión, así como el compromiso ético como su competencia interpersonal favoreciendo el manejo y diseño de proyectos a modo de competencia sistémica.

XI. CAMPO DE APLICACIÓN PROFESIONAL

La aplicación profesional del curso consiste en el análisis de medios y tecnologías que se encuentran disponibles para la intervención en el contexto de aplicación publicitaria (social, comercial, educativo, lúdico, etc.). El desarrollo de materiales multimedios es una de las opciones laborales de los egresados de la carrera de Multimedia y más aún el desarrollo de materiales y productos de publicidad que apoyen la administración, organización, planeación y ejecución de proyectos destinados a empresas, marcas o productos comerciales. El curso consiste en un referente teórico sobre la historia, aplicaciones y uso de materiales multimedios en el ámbito publicitario.

XII. EVALUACIÓN

La evaluación del curso se realizará con fundamento en el Reglamento General de Evaluación y Promoción de Alumnos de la Universidad de Guadalajara.

1) ASPECTOS A EVALUAR

- a) Participación: en este criterio se incorporan las participaciones individuales y por equipo, la asistencia a las sesiones presenciales, la puntualidad en la entrega de las actividades de aprendizaje, así como la disposición y responsabilidad para el aprendizaje del curso.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISIÓN DE INGENIERÍAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

- b) Trabajos de aprendizaje: a este rubro pertenecen la recepción, revisión y evaluación de los trabajos y actividades de aprendizaje que se desarrollaran en el curso, tales como las actividades preliminares, las de contenidos, los integradores, los avances de investigación y la entrega de los productos finales.
- c) Productos de aprendizaje: aquí se manejarán las evaluaciones periódicas, para las cuales se propone una evaluación por cada unidad de aprendizaje (en total 6 del curso), contabilizando también el resultado de las evaluaciones de los expertos y el resultado del producto final del curso.
- d) Presentación del sistema instruccional.: Aquí los estudiantes presentan en una fecha determinada al final de semestre sus productos llamados sistemas instruccionales.

2) MEDIOS DE EVALUACIÓN

- a) Tablas de seguimiento y evaluación individual de estudiantes
- b) Resolución de casos de estudio y ejercicios prácticos
- c) Actividades o trabajos en cada unidad de aprendizaje
- d) Trabajos de investigación (escritos y documentos)
- e) Elaboración de productos y materiales tipo multimedia (guías de evaluación)

3) MOMENTOS DE EVALUACIÓN

Los momentos de la evaluación será continua y cada elemento suma cierto porcentaje a la calificación final del curso. Cada unidad de aprendizaje presenta una evaluación diagnostica al principio de su abordaje, así mismo contiene una actividad preliminar (realizada con los conocimientos previos del estudiante), tres actividades de aprendizaje relacionadas con la información de la unidad, al final de cada unidad temática se desarrolla una actividad final o evaluación parcial. Al finalizar el curso el estudiante presenta un proyecto de elaboración y diseño de un producto multimedia.

4) PORCENTAJE DE CADA UNO DE LOS CRITERIOS

Participación.....10%
Trabajos de aprendizaje.....30%
Productos de aprendizaje.....50%
Presentación del sistema multimedia.....10%

Avenida Universidad 203 Delegación Ixtapa C.P. 48280
Puerto Vallarta, Jalisco. México. Tels. [52] (322) 22 6 22 30, Ext. 66230

www.cuc.udg.mx

Mta. del Consuelo Cortés Velázquez



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISIÓN DE INGENIERÍAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

A continuación un desglose de los porcentajes por criterio de evaluación
ELEMENTOS PARA EVALUAR

PARTICIPACIÓN

- Participaciones individuales y por equipo (tablas de seguimiento y evaluación)
- Asistencia a las sesiones presenciales
- La puntualidad en la entrega de las actividades de aprendizaje
- Disposición y responsabilidad para el aprendizaje del curso

10 %

TRABAJOS

- (tres) Actividades Preliminares
- (nueve) Actividades de aprendizaje

A este rubro pertenecen la recepción, revisión y evaluación de los trabajos y actividades de aprendizaje que se desarrollaran en las unidades del curso. Dichas actividades se describen en cada unidad de aprendizaje (punto VII)
30 %

PRODUCTOS

Empresa de Publicidad Trabajo escrito de investigación

Extensión, Pertinencia y congruencia en los elementos estructurales de la investigación (6 preguntas guías). Cada elemento (pregunta) deberá estar presente, con el suficiente detalle y debidamente citado. Respetar la temporalidad en la entrega.

El trabajo estará escrito correctamente, con ortografía y gramática correcta. Fuentes de información debidamente citadas.

Se asignará un punto por cada uno de los elementos 1, 2, 4 y 5 y dos puntos por cada uno de los elementos 3 y 6. La presentación y la entrega del trabajo respetando el formato para ello tendrá un valor de 2 puntos.

10 %

Evaluación de un proyecto publicitario Trabajo escrito de investigación. Extensión, Pertinencia y congruencia en los elementos estructurales de la investigación (7 elementos) Cada elemento (pregunta) deberá estar presente, con el suficiente detalle y debidamente contestado. Respetar la temporalidad en la entrega

Ma. del Consuelo Cortés Delacruz