

[Regresar...](#)

## ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO PUBLICITARIO

### Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura		2. Nivel de formación	3. Clave de la Asignatura	
ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO PUBLICITARIO		Licenciatura	CU033	
4. Prerrequisitos		5. Area de Formación	6. Departamento	
Promoción y Publicidad		Especializante Selectiva	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales	
7. Academia		8. Modalidad	9. Tipo de Asignatura	
Comunicación aplicada		Presencial	Curso-Taller	
10. Carga Horaria				
Teoría	Práctica	Total		Créditos
40	40	80		8
12. Trayectoria de la asignatura				

### Contenido del Programa

13. Presentación
En el ámbito de la publicidad, se aplica el concepto de dirección en sus diferentes áreas, por lo que esta asignatura proporciona los elementos para conducir en forma eficiente y sistemática las actividades que conlleva un <b>proyecto</b> publicitario.
14.- Objetivos del programa
Objetivo General
Conocer los elementos fundamentales para llevar a cabo con eficiencia y eficacia el desarrollo de un <b>proyecto</b> publicitario.
15.-Contenido
Contenido temático
<b>UNIDAD I CONCEPTOS, IMPORTANCIA, OBJETIVO Y FASES DE LOS PROYECTOS</b> <b>UNIDAD II ACTIVIDADES PREVIAS AL INICIO FORMAL DE UN PROYECTO</b> <b>UNIDAD III ACTIVIDADES DE PLANIFICACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DEL PROYECTO PUBLICITARIO</b>

**UNIDAD IV ACTIVIDADES PROPIAS DEL DESARROLLO DEL PROYECTO PUBLICITARIO: MONITOREO Y CONTROL DEL PROYECTO**  
**UNIDAD V MEJORES PRÁCTICAS APLICADAS AL CIERRE DEL PROYECTO PUBLICITARIO**

Contenido desarrollado

**UNIDAD I CONCEPTOS, IMPORTANCIA, OBJETIVO Y FASES DE LOS PROYECTOS**

- 1.1 Conceptos básicos
- 1.2 Importancia de la preparación y evaluación de proyectos
- 1.3 La toma de decisiones asociadas con un proyecto
- 1.4 Tipología de los proyectos
- 1.5 Fases del proyectos publicitario

**UNIDAD II ACTIVIDADES PREVIAS AL INICIO FORMAL DE UN PROYECTO**

- 2.1 Alcances del estudio de proyectos
- 2.2 El estudio del proyecto como proceso cíclico
- 2.3 El estudio técnico del proyecto

**UNIDAD III ACTIVIDADES DE PLANIFICACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DEL PROYECTO PUBLICITARIO**

- 3.1 El estudio del mercado
- 3.2 Técnicas de proyección del mercado
- 3.3 Estimación de costos
- 3.4 La determinación del tamaño
- 3.5 Localización

**UNIDAD IV ACTIVIDADES PROPIAS DEL DESARROLLO DEL PROYECTO PUBLICITARIO: MONITOREO Y CONTROL DEL PROYECTO**

- 4.1 Efectos económicos
- 4.2 Las inversiones durante la operación
- 4.3 Beneficios obtenidos por el proyecto
- 4.4 Evaluación del proyecto

**UNIDAD V MEJORES PRÁCTICAS APLICADAS AL CIERRE DEL PROYECTO PUBLICITARIO**

- 5.1 Análisis de riesgo en los proyectos
- 5.2 Análisis de sensibilidad
- 5.3 Costos y beneficios sociales

16. Actividades Prácticas

Elaboración de ejercicios prácticos Presentación de reportes de casos reales Reportes de lecturas especializadas

17.- Metodología

- Entre los métodos expositivos utilizados: explicación por el docente con ejemplificación con material gráfico y audiovisual.
- Entre los métodos de trabajo: Los grupos de discusión, el debate, los trabajos en grupo, el método del caso

18.- Evaluación

Los criterios de evaluación del curso se definen por los miembros de la Academia de Comunicación Aplicada y comprenden los siguientes criterios:

Exámenes parciales	30%
Ejercicios prácticos	30%
Proyecto final	40%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

-----  
-----

**Inicio de clases para el Ciclo escolar "B".** Lunes 14 de Agosto de 2017

**Fin de Cursos y Fecha Límite Para**

**Registro y Publicación de Evaluación**

Martes 12 de Diciembre de 2017

**Continua en Periodo Ordinario**

**Fecha Límite para Registro y Publicación**

**de Evaluación Continua en Periodo**

Viernes 15 de Diciembre de 2017

**Extraordinario**

**Fin de Ciclo escolar "B" para docencia.**

Viernes 15 de Diciembre de 2017

### **SUSPENSIÓN PROGRAMADA DE ACTIVIDADES**

**Vacaciones de Invierno**

Sábado 16 de Diciembre de 2017 al Miércoles  
03 de Enero de 2018

**DÍAS NO LABORABLES**

Sábado 04 de Noviembre (Prueba Aptitud  
Academica) (suspensión el viernes 03 de  
Noviembre a partir de 18:00 hrs.)

**Semana de NEGOMARKET:** 13 al 17 de Noviembre.

-----  
-----

Reuniones de la Academia de Comunicación Aplicada en el ciclo escolar 2017  
B.

**Reuniones de Academia de:**

06 de Septiembre, 11 de Octubre y 29 de Noviembre.

-----

**Página de Facebook:**

<https://www.facebook.com/Deptomktynin>

### **19.- Bibliografía**

Libros / Revistas Libro: Calidad en publicidad

Mirandes Narcís (2000) Ediciones Díaz de Santos No. Ed 1ra Edición

ISBN: 9788479784454

Libro: Administración de operaciones: estrategias y análisis

Krajewski, Lee J. (2000) Pearson Educación No. Ed

ISBN: 9789684444119

Libro: Gestión de Empresas de Comunicación. (302.2068 MAT 2009)  
[Mateo Pérez, Rosario de] (2009) Comunicación Social No. Ed 1

ISBN: 9788496082908

Libro: Administración de proyectos  
[Harper-Smith, Patrick; Derry (2012) Trillas No. Ed 1

ISBN: 9786071712646

Libro: Bon Appetit (741.6 BON 2010)  
[Desconocido] (2010) Send Point No. Ed 1

ISBN: 9789881470348

Libro: Comunicación Oral (808.51 COM 2013)  
[De Castro Adela] (2013) ECOE No. Ed 1

ISBN: 978958741-XXX-X

Libro: Community Management 2.0 (658.85 ROL 2016)  
[Roldan Zuluaga Santiago] (2016) ECOE No. Ed 1

ISBN: 9789587713343

Libro: Motion Graphics (776.6 MOD 2015)  
[Animations & Logos] (2015) Send Point No. Ed 1

ISBN: 9789881383570

Libro: Type Navigator (686.22544 MID 2011)  
[Middendorp Jap] (2011 ) TWOPOINTS.NET No. Ed 1

ISBN: 9783899553772

Libro: Why Fonts Matter (686.224 HYN 2016)  
[Hindman Sara] (2016) Virgin Books (Penguin/Ran No. Ed 1

ISBN: 9781584236313

Libro: Logo Lounge Vol.9 (741.6 GAR 2015)  
[Gardner Bill] (2015) How Books No. Ed 1

ISBN: 9781440340536

Libro: Type hybrid (741.6 TYP 2016)  
[Desconocido] (2016) Victionary No. Ed 1

ISBN: 9789881320391

Libro: The one show volume 36 (741.6 THE 2014)  
[The one club] (2014) Hardcover No. Ed 1

ISBN: 9780929837611

Libro: Creative Communications (741.670794 EPI 2015)  
[Epica Awards] (2015) Epica Awards No. Ed 28

ISBN: 9781472590695

Libro: Infinite Icon (741.6 INF 2016)  
[Sandu] (2016) Gingko Press No. Ed 1

ISBN: 9781584236078

Libro: Printing Colors in Graphic Design (741.6 PRI 2010)  
[Send Points] (2010) Gingko Press No. Ed 1

ISBN: 9789881470423

Libro: Information Made Beautiful: Infographics Design (001.4226 INF 2015)  
[Send Points] (2015) Gingko Press No. Ed 1

ISBN: 9789881383464

Libro: Brand with character (658.827 BRA 2014)  
[Basheer Graphic Books] (2014) Gingko Press No. Ed 1

ISBN: 9789810792343

Libro: Branding Element Logos 3 (741.6 BRA 2014)  
[Corporativo] (2014) Send Point No. Ed 1

ISBN: 9789881294371

Libro: Branding Esencial de marketing Moderno (658.827 GOM 2014)  
[Gómez Palacios Carlos] (2014) LID No. Ed 1

ISBN: 9786079380083

#### Otros materiales

Artículo : Advertising Effectiveness: The Moderating Effect o  
Descripción: Leigh McAlister, Raji Srinivasan, Niket Jindal, and Albert A. Cannella (2016)  
Advertising Effectiveness: The Moderating Effect of Firm Strategy. Journal of Marketing  
Research: April 2016, Vol. 53, No.

Artículo : Organizing for Marketing Excellence  
Descripción: Christine Moorman and George S. Day (2016) Organizing for Marketing  
Excellence. Journal of Marketing: November 2016, Vol. 80, No. 6, pp. 6-35. doi:  
<http://dx.doi.org/10.1509/jm.15.0423>

Artículo : The Effectiveness of Customer Participation in New  
Descripción: Woojung Chang and Steven A. Taylor Journal of Marketing Jan 2016, Vol. 80, No.  
1 (January 2016) pp. 47-64

Artículo : Quantitative Cost-Schedule Risk Analysis in the 20  
Descripción: David T. Hulett, Ph.D., FAACE Hulett & Associates, LLC Los Angeles, CA 2016  
National Science Foundation Large Facilities Workshop May 25, 2016

Artículo : how to use project monitoring for maximum impact  
Descripción: Jonathan Porter, March 2016

Artículo : Customer Participation and the Trade-Off Between N  
Descripción: Liang Wu, Heng Liu and Jianqi Zhang. (2017) Bricolage effects on new-product

development speed and creativity: The moderating role of technological turbulence. Journal of Business Research 70, 127-135

Artículo : Development, design, and conceptual issues of proj

Descripción: Laura J Rosen, Nurit Guttman<sup>2</sup>, Melbourne F Hovell<sup>3</sup>, Michal Ben Noach<sup>1</sup>, Jonathan P Winickoff<sup>4</sup>, Shosh Tchernokovski<sup>5</sup>, Joseph K Rosenblum<sup>6</sup>, Uri Rubenstein, Vered Seidman, Constantine I Vardavas, Nei

Artículo : Assessing hospitals' clinical risk management: D

Descripción: Matthias Briner, Oliver Kessler, Yvonne Pfeiffer, Theo Wehner, Tanja Manser

Artículo : A precautionary public health protection strategy

Descripción: Myron Maslanyj, Tracy Lightfoot, Joachim Schüz, Zenon Sienkiewicz, Alastair McKinlay

Artículo : An exploratory study on risk factors for chronic n

Descripción: Majid Abdul Hazreen, Tin Tin Su, Muhammad Yazid Jalaludin, Maznah Dahlui, Karuthan Chinna, Maslinor Ismail, Liam Murray, Marie Cantwell, Nabilla Al Sadat, MyHeART Study Group<sup>1</sup> From International Resea

Artículo : Identifying strategies to improve access to credib

Descripción: Nancy R LaPelle, Roger Luckmann, E Hatheway Simpson and Elaine R Martin

Artículo : Shaping the Social: design of a settingsbased inte

Descripción: Susan Andersen, Janne Schurmann Tolstrup, Morten Hulvej Rod, Annette Kjær Ersbøll, Betina Bang Sørensen, Teresa Holmberg, Christoffer Johansen, Christiane Stock, Bjarne Laursen, Line Zinckernagel,

Artículo : The effect of a patient-oriented treatment decisio

Descripción: Petra Denig, Mathijs Dun, Jan Schuling, Flora M Haaijer-Ruskamp and Jaco Voorham

Artículo : Design of CIAO, a research program to support the

Descripción: Rianne MJJ van der Kleij, Carry CM Renders, Matty MR Crone, Anna-Marie AM Hendriks, Maria M Jansen, Vivian VM van de Gaar, Hein JH Raat, Emilie ELM Ruiter, Gerard GRM Molleman, Jantine AJ Schuit and J

Artículo : Diffusion of innovation: customer relationship man

Descripción: Vicky Ching Gu, Marc J Schniederjans and Qing Cao

## 20.- Perfil del profesor

Profesional con experiencia en el ámbito publicitario, capaz de proyectar la dinámica de esta actividad para provocar un conocimiento participativo en los alumnos.

## 21.- Nombre de los profesores que imparten la materia

UC GONZALEZ JULIO CESAR

Código:

Verduzco Mendoza Alejandro Gonzalo

Código:

## 22.- Lugar y fecha de su aprobación

Zapopan, Jalisco a **01 de junio del 2017.**

23.- Instancias que aprobaron el programa

Se aprobó por Colegio Departamental el 14 de diciembre de 2016.

24.- Archivo (Documento Firmado)

[Acta MKT Aplicada.pdf](#)

Imprimir 

Regresar...