



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS  
DEPARTAMENTO

## 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 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	01/02/2011	FECHA DE MODIFICACIÓN	01/01/2012	FECHA DE EVALUACIÓN	30/01/2012	

### VI. COMPETENCIA GENERAL

1. El estudiante analiza las aplicaciones interactivas multimedia aplicada 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

2. 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 mismo que entregará al finalizar la unidad de aprendizaje.

#### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- 1) El Estudiante del curso identifica los elementos históricos de la publicidad y su origen.
- 2) El estudiante del curso identifica y aplica los principales procesos que le permitan conformar la estructura básica de un proyecto basado en tecnología multimedia, así como su funcionamiento, seguimiento y control.
- 3) Desarrolla las habilidades para diseñar, integrar y administrar proyectos publicitarios.
- 4) Desarrolla habilidades para integrar equipos de trabajo enfocados a proyectos en los cuales se tenga un alto sentido de logro.
- 5) 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.

### VII. CONTENIDO TEMÁTICO

#### Presentación del Curso:

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 Aprobado 2012 A

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 Descripción Criterios de Evaluación Valor

##### Actividad 1

Conceptos básicos del curso.

Trabajo escrito elaborado



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS  
DEPARTAMENTO

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  
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.

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

Aprobado 2012 A

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.

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 Tematico:

2.1 Que es un proyecto

2.2 Que es la administración de proyectos

2.3 Fases del proyecto y ciclo de vida

2.4 Influencias en la elaboración de proyectos

Actividad Descripción Criterios de Evaluación Valor

Actividad 1

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

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



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS  
DEPARTAMENTO

10  
puntos  
Aprobado 2012 A  
investigación.  
actividad.

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 Descripción Criterios de Evaluación Valor

Actividad 1

Teorías de la publicidad

Trabajo escrito

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



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS  
DEPARTAMENTO

Aprobado 2012 A

## 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 Tematico:

### 4.1 Desarrollo del Plan del Proyecto:

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

### 4.2 Ejecución del Plan del Proyecto

### 4.3 Control de Cambios General

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



Aprobado 2012 A

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

Aprobado 2012 A

#### 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 a 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 la 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



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS  
DEPARTAMENTO

realizarlo dependiendo de las circunstancias en que se presente.

Valores Éticos y Sociales: 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); Apreciar 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.

Aprobado 2012 A

## 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 aun 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 realizara con fundamento en el Reglamento General de Evaluación y Promoción de Alumnos de la Universidad de Guadalajara.

### 1) ASPECTOS A EVALUAR

Para que un estudiante tenga derecho a una calificación aprobatoria en periodo ordinaria necesita cubrir el 80% de las asistencias del curso, y para el periodo extraordinario deberá cubrir el 60%.

- Participación; en este criterio se incorporan las participaciones individuales y por equipo, las asistencia a las sesiones presénciales, la puntualidad en la entrega de los actividades de aprendizaje, así como la disposición y responsabilidad para el aprendizaje del curso
- 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 act. Preliminares, las de contenidos, las integradores, los avances de investigación y la entrega de los productos finales.
- Productos de aprendizaje; aquí se manejaran las evaluación periódicas, para las cuales se propone 1 evaluación por cada unidad de aprendizaje (en total 6 del curso), contabilizando también el resultados de las evaluaciones de los expertos y el resultado del producto final del curso.
- 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

- Tablas de seguimiento y evaluación individual de estudiantes
- Resolución de casos de estudio y ejercicios prácticos
- Actividades o trabajos en cada unidad de aprendizaje
- Trabajos de investigación (escritos y documentos)
- 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

Aprobado 2012 A

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%



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS  
DEPARTAMENTO

- b) Trabajos de aprendizaje.....30%
- c) Productos de aprendizaje.....50%
- d) Presentación del sistema multimedia.....10%

A continuación un desglose de los porcentajes por criterio de evaluación

## CRITERIO DE EVALUACIÓN

Medios o

Instrumento

ELEMENTOS A EVALUAR Porcentaje

### PARTICIPACIÓN

ü Participaciones

individuales y por

equipo (tablas de

seguimiento y

evaluación)

ü participaciones individuales y por

equipo,

ü asistencia a las sesiones presenciales,

ü la puntualidad en la entrega de los

actividades de aprendizaje,

ü disposición y responsabilidad para el

aprendizaje del curso

10 %

### TRABAJOS

ü (tres) Actividades

Preliminares

ü (nueve)

Actividades de

aprendizaje

ü 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

10 %

Aprobado 2012 A





# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS  
DEPARTAMENTO

elementos 3 y 6.

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

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

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.

10 %

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.

10 %

Aprobado 2012 A

Elaboración de un proyecto



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS  
DEPARTAMENTO

publicitario  
basado en  
Multimedios  
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

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%

Presentación del  
producto  
multimedia

participaciones individuales y por  
equipo

La presentación y la entrega del trabajo  
respetando el formato de la actividad.

10%

PORCENTAJE TOTAL 100 %

## XIII. TIPO DE PRÁCTICAS

Las prácticas que el curso exige son: a) vinculación con empresas e instituciones cuyos productos o servicios son tipo multimedia mediante una investigación documental y análisis situacional; b) elaboración de un producto multimedia basado en procesos de producción de materiales a partir de las necesidades de personas, empresas o instituciones, y c) participación de los estudiantes en actividades de investigación y difusión de conocimientos relacionados con el campo de la multimedia.

## XIV. MAESTROS QUE IMPARTEN LA MATERIA

ZEPEDA PEÑA, HECTOR HUGO (2129647)

E-Mail: hzepeda79@hotmail.com

Ubicación: Edificio de Investigación y Posgrado. Segundo piso

Profesor con grado de Maestría en Tecnologías para el Aprendizaje, Egresado de la Universidad de Guadalajara con experiencia en el área de ingenierías y manejo de tecnología de información y comunicación. Actualmente estudia el Doctorado en Tecnología Instrucciona y Aprobado 2012 A

Educación a Distancia en la Nova Southeastern University EE.UU. Conocimientos en manejo de grupo, pedagogía y comunicación interpersonal. Uso de equipo tecnológico y software especializado tipo multimedia.

## XV. PROFESORES PARTICIPANTES

PROFESORES PARTICIPANTES EN:

CREACIÓN DEL CURSO: Mtro. Hector Hugo Zepeda Peña

MODIFICACIÓN DEL CURSO: Mtro. Héctor Hugo Zepeda Peña

EVALUACIÓN DEL CURSO: Mtro. Héctor Hugo Zepeda Peña



**UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA**  
CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS  
DEPARTAMENTO

Vo. Bo.

---

Mtro. Héctor Hugo Zepeda Peña  
Presidente de la Academia

---

Dra. María Morfin Otero  
Jefe del Departamento de  
Ciencias y Tecnologías de la Información y Comunicación

---

Dr. Edmundo Andrade Romo  
Director de la División de Ingenierías