



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN
LICENCIATURA: DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE:				
ESTRATEGIA DE MEDIOS II				
IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA				
MODALIDAD:	Curso			
TIPO DE ASIGNATURA:	Teórica			
SEMESTRE EN QUE SE IMPARTE:	Octavo			
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Optativa			
NÚMERO DE CRÉDITOS:	4			
HORAS DE CLASE A LA SEMANA:	2	Teóricas: 2	Prácticas: 0	Semanas de clase: 16
				TOTAL DE HORAS: 32
SERIACIÓN OBLIGATORIA ANTECEDENTE:	Ninguna			
SERIACIÓN OBLIGATORIA SUBSECUENTE:	Estrategia de Medios II			

OBJETIVO GENERAL
Introducir al alumno en la comprensión y aplicación de las estrategias de medios para la obtención de resultados específicos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS
Al finalizar el curso, el alumno:
a) Será capaz de planear adecuadamente una determinada estrategia de medios.

ÍNDICE TEMÁTICO			
UNIDAD	TEMAS	Horas Teóricas	Horas Prácticas
1	Plan Multimedia	4	
2	Promoción de los medios	4	
3	Tratado con los medios	4	
4	Comunicación y medios: una alianza	4	
	Total de Horas Teóricas	32	
	Total de Horas Prácticas		
	Total de Horas		32

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: Plan multimedia	6
1.1. Planeación estratégica de medios directos	
1.2. Cómo desarrollar un programa de medios exitoso	
1.3. Aplicaciones especializadas	
Unidad II: Promoción de los medios	6
2.1. Premios por correo	
2.2. Premios especiales	
2.3. Oferta reembolso	
2.4. Cupones	
2.5. Acuerdo con los distribuidores	
2.6. Muestra y prueba	
2.7. Estrategia promocional	
2.8. Estrategia pop	
Unidad III: Tratado con los medios	6
3.1. Comunicados de prensa	
3.2. Relaciones activas con los medios	
Unidad IV: Comunicación y medios: una alianza	6
4.1. Televisión	
4.2. Radio	
4.3. Periódicos	
4.4. Revistas	
4.5. Radio	
4.6. Espectaculares	
4.7. Correo directo	
4.8. Medios marginales	
4.9. Puntos de venta	

BIBLIOGRAFÍA

- Byars, L.: Gestión de los recursos humanos. Ed. Irwin. Barcelona, 1992.
- Díez de Castro, E.: Investigación en marketing. Ed. Civitas. Madrid, 1993.
- Elorduy, J.: Estrategia de empresa y recursos humanos. Ed. McGraw-Hill. Madrid, 1995.
- Grande Esteban, I.: Fundamentos y técnicas de investigación comercial. Ed. ESIC. Madrid 1992.
- Hill, C.: Administración estratégica. Un enfoque integrado. Ed. McGraw-Hill. Madrid 1990.
- Homedes, J.: La promoción de ventas. Ed. B.B.B. Buenos Aires, 1988.
- Lawrence, A.: Gestión práctica de la distribución comercial. Ed. Deusto. Madrid, 1993.

Mischel, W. Personalidad y evaluación. Trillas, Méjico 1973.

Pelechano, V. e Ibáñez, E. Psicología de la Personalidad. Alhambra, Madrid 1989.

Sánchez Guzman, Jose Ramon: Introducción a la teoria de la publicidad

Ed. Tecnos. Madrid. 1979

Salen, H.: Distribución. Situación y perspectivas. Ed.Distribución consulting. Barcelona, 1983.

Tompson, A.: Dirección y Administración estratégicas. Conceptos, casos y lecturas. Ed. Irwin. Barcelona, 1976

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Klepper, O.: Publicidad. Ed. Prentice Hall. Barcelona, 1995

Labrador, F.J. Los modelos factoriales-biológicos en el estudio de la personalidad. DDB, Bilbao 1984.

Pervin, L.A. Personalidad: teoría, diagnóstico e investigación. DDB, Bilbao 1993

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS RECOMENDADAS PARA IMPARTIR LA

ASIGNATURA

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS	UTILIZACIÓN EN EL CURSO
Exposición oral	✓
Exposición audiovisual	✓
Ejercicios dentro de clase	✓
Ejercicios fuera del aula	✓
Lecturas obligatorias	✓
Trabajo de investigación	✓
Prácticas de taller	
Prácticas de campo	
Otras	

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

ELEMENTOS UTILIZADOS PARA EVALUAR EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	UTILIZACIÓN EN EL CURSO
Exámenes parciales	✓
Examen final	✓
Trabajos y tareas fuera del aula	✓
Participación en clase	✓
Asistencia	✓
Exposición de seminarios por los alumnos	

PERFIL PROFESIOGRÁFICO REQUERIDO PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

LICENCIATURA	POSGRADO	ÁREA INDISPENSABLE	ÁREA DESEABLE
En Diseño y Comunicación Visual, o Diseño Gráfico, o Diseño y Comunicación Visual, o en Comunicación Gráfica.	En Artes Visuales, o Creatividad.	Comunicación	Comunicación

- Kanizsa, G: Gramática de la visión, Ed. Paidós. México 1984
- Koyre, A: La Revolución científica

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS RECOMENDADAS PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS	UTILIZACIÓN EN EL CURSO
Exposición oral	✓
Exposición audiovisual	✓
Ejercicios dentro de clase	✓
Ejercicios fuera del aula	✓
Lecturas obligatorias	✓
Trabajo de investigación	✓
Prácticas de taller	✓
Prácticas de campo	✓
Otras	

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

ELEMENTOS UTILIZADOS PARA EVALUAR EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	UTILIZACIÓN EN EL CURSO
Exámenes parciales	✓
Examen final	✓
Trabajos y tareas fuera del aula	✓
Participación en clase	✓
Asistencia	✓
Exposición de seminarios por los alumnos	

PERFIL PROFESIOGRÁFICO REQUERIDO PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

LICENCIATURA	POSGRADO	ÁREA INDISPENSABLE	ÁREA DESEABLE