



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS  
ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

### 1. Datos generales

**Materia:** EJECUCION DE CAMPAÑAS

**Código:** FLC0272

**Paralelo:**

**Periodo :** Marzo-2018 a Julio-2018

**Profesor:** UGALDE SANCHEZ CECILIA ESPERANZA

**Correo electrónico** cugalde@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
5				5

### Prerrequisitos:

Código: FLC0267 Materia: PLANIFICACION DE CAMPAÑAS DE COMUNICACION

### 2. Descripción y objetivos de la materia

Esta materia permite al estudiante enfrentarse a problemas reales que surgen en la ejecución misma de la campaña planificada y que pueden ser muy variados dependiendo de las circunstancias que se presenten.

Ejecución de Campañas retoma el trabajo realizado en Planificación de Campañas, concluye dicho proceso y lo presenta, ejecuta y monitorea.

Esta materia permite aplicar muchos contenidos vistos a lo largo de la carrera desde marketing, publicidad, redacción publicitaria, investigación cualitativa y cuantitativa, así como producción de radio y vídeo, diseño gráfico y multimedia, además de comportamiento del consumidor, ética, y de manera especial planificación de campañas.

### 3. Contenidos

<b>1.</b>	<b>Producción de Materiales</b>
1.01.	Revisión de proyecto trabajado el ciclo anterior (2 horas)
1.02.	Etapas del programa de comunicación (2 horas)
1.03.	Anteproyecto (6 horas)
1.04.	Validación (4 horas)
1.05.	Cambios (4 horas)
<b>2.</b>	<b>Estrategia y táctica de medios</b>
2.01.	Plan de medios (10 horas)
2.02.	Tácticas y estrategias de medios (6 horas)
<b>3.</b>	<b>Libro de Campaña y presentación</b>
3.01.	Contenidos (2 horas)
3.02.	Recomendaciones (1 horas)
3.03.	Elaboración de libro de campaña (5 horas)
3.04.	Planificación de la presentación (2 horas)
3.05.	Orden, contenidos, presentación (6 horas)
<b>4.</b>	<b>Lanzamiento, control y evaluación</b>
4.01.	Lanzamiento (4 horas)
4.02.	Monitoreo, control, cambios (4 horas)
4.03.	Razones para medir o no la efectividad (2 horas)
4.04.	Cuándo y qué medir (2 horas)
4.05.	Metodología y práctica (2 horas)
<b>5.</b>	<b>Optimización de la mezcla de comunicaciones y mercadeo</b>

5.01.	Mercados especiales (6 horas)
5.02.	Globalización, factor cultural (4 horas)
5.03.	Estrategias de mensajes y medios especiales (6 horas)

## 4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
<b>bk. Planifica y ejecuta una campaña de comunicación.</b>	
-Ejecuta una campaña de comunicación.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos
-Organiza una presentación de campaña a nivel profesional.	-Trabajos prácticos - productos
-Prepara un libro de campañas.	-Trabajos prácticos - productos

### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Prueba y corrección de materiales	Producción de Materiales	APORTE 1	5	Semana: 4 (02/04/18 al 07/04/18)
Trabajos prácticos - productos	Plan de medios y libro de campañas	Estrategia y táctica de medios, Libro de Campaña y presentación	APORTE 2	10	Semana: 8 (01/05/18 al 05/05/18)
Trabajos prácticos - productos	Actividades varias para la ejecución de la campaña	Estrategia y táctica de medios, Lanzamiento, control y evaluación, Libro de Campaña y presentación, Optimización de la mezcla de comunicaciones y mercadeo, Producción de Materiales	APORTE 3	15	Semana: 15 (18/06/18 al 23/06/18)
Trabajos prácticos - productos	Campaña para concurso Effie college	Estrategia y táctica de medios, Lanzamiento, control y evaluación, Libro de Campaña y presentación, Optimización de la mezcla de comunicaciones y mercadeo, Producción de Materiales	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (01-07-2018 al 14-07-2018)
Evaluación escrita	Examen sobre toda la materia	Estrategia y táctica de medios, Lanzamiento, control y evaluación, Libro de Campaña y presentación, Optimización de la mezcla de comunicaciones y mercadeo, Producción de Materiales	SUPLETORIO	20	Semana: 20 ( al )

### Metodología

Charlas participativas, pero sobre todo trabajo práctico por parte de los estudiantes.

### Criterios de Evaluación

Cada actividad se elaborará con criterios de evaluación que serán previamente compartidos con los estudiantes, en algunos casos incluso con rúbricas.

## 5. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Noguera, Felipe	CIESPAL	Estrategia de las Campañas: Diez Mandamientos	2007	
Donald Parente	Thomson	Advertising Campaign Strategy	2010	
Klapdor Sebastian	Springer	Effectiveness of Online Marketing Campaigns	2013	

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Ridout, Travis y Franz, Michael	Temple University Press	Persuasive power of campaign advertising	2011	
Dru, Jean Marie	Planeta	Disrupción	2009	

Web

---

Software

---

Bibliografía de apoyo

Libros

---

Web

---

Software

---

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **01/03/2018**

Estado: **Aprobado**