



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
 ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 3 INTERIORES Y GRÁFICO

Código: FDI0112

Paralelo:

Periodo : Septiembre-2017 a Febrero-2018

Profesor: ALARCON MORALES JHONN MANUEL

Correo electrónico jalarcon@uazuay.edu.ec

| Docencia | Práctico | Autónomo: 0 | | Total horas |
|----------|----------|----------------------|----------|-------------|
| | | Sistemas de tutorías | Autónomo | |
| 2 | | | | 2 |

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Esta es una asignatura teórica que aborda con mayor profundidad dentro del marketing mix, las estrategias de promoción y comunicación.

Identificar las principales herramientas de un Plan de Comunicaciones Integradas de Marketing y esbozar un plan básico orientado un proyecto de Diseño Gráfico.

Esta asignatura se articula con los Talleres, dando información preliminar y estrategias, para que la toma de decisiones en los proyectos de Diseño, sean acordes a las necesidades del contexto.

3. Contenidos

| | |
|----------|---|
| 1 | La comunicación en el marketing |
| 1.1 | La mezcla de comunicación (2 horas) |
| 1.2 | La mezcla global de comunicación (2 horas) |
| 1.3 | Publicidad (2 horas) |
| 1.4 | Promoción de ventas (1 horas) |
| 1.5 | Relaciones públicas (1 horas) |
| 1.6 | Ventas personales (2 horas) |
| 1.7 | Marketing directo (2 horas) |
| 2 | Comunicaciones integradas de marketing |
| 2.1 | El Plan de Comunicaciones Integradas de marketing (2 horas) |
| 2.2 | Fases de la planificación de la Comunicación (4 horas) |
| 2.3 | Marketing Interactivo (4 horas) |
| 2.4 | Los medios de comunicación (2 horas) |
| 2.5 | Los medios ATL y los medios BTL (2 horas) |
| 3 | Marketing social |
| 3.1 | Qué es una campaña de marketing social (2 horas) |
| 3.2 | Planificación y desarrollo de la campaña (4 horas) |

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

at. Encontrar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.

-Identificar las principales herramientas de un Plan de Comunicaciones Integradas de Marketing y esbozar un plan básico orientado un proyecto de

-Evaluación escrita
 -Reactivos

| Resultado de aprendizaje de la materia | Evidencias |
|--|---|
| Diseño Gráfico. | -Trabajos prácticos - productos |
| au. Contrastar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto. | |
| -Identificar las principales herramientas de un Plan de Comunicaciones Integradas de Marketing y esbozar un plan básico orientado un proyecto de Diseño Gráfico. | -Investigaciones -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros |
| av. Utilizar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto. | |
| -Identificar las principales herramientas de un Plan de Comunicaciones Integradas de Marketing y esbozar un plan básico orientado un proyecto de Diseño Gráfico. | -Foros, debates, chats y otros -Proyectos -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos |

Desglose de evaluación

| Evidencia | Descripción | Contenidos sílabo a evaluar | Aporte | Calificación | Semana |
|---|---|-----------------------------|------------|--------------|--|
| Reactivos | Prueba escrita en base a reactivos | | APOORTE 1 | 5 | Semana: 5 (23/10/17 al 28/10/17) |
| Resolución de ejercicios, casos y otros | Planteamiento de un Plan Básico de CIM | | APOORTE 2 | 5 | Semana: 10 (27/11/17 al 02/12/17) |
| Investigaciones | Medios ATL y BTL | | APOORTE 2 | 5 | Semana: 10 (27/11/17 al 02/12/17) |
| Proyectos | Planificación y elaboración de un campaña de CIM (Marketing Social) | | APOORTE 3 | 8 | Semana: 16 (08/01/18 al 13/01/18) |
| Foros, debates, chats y otros | Qué es el marketing social | | APOORTE 3 | 7 | Semana: 16 (08/01/18 al 13/01/18) |
| Proyectos | Desarrollo y presentación de informe de campaña de CIM (en base a lo planificado) | | EXAMEN | 10 | Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018) |
| Reactivos | Examen escrito en base a reactivos | | EXAMEN | 10 | Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018) |
| Proyectos | La calificación del trabajo práctico del supletorio queda fija sobre 10 puntos | | SUPLETORIO | 10 | Semana: 19-20 (28-01-2018 al 03-02-2018) |
| Reactivos | Supletorio en base a reactivos | | SUPLETORIO | 10 | Semana: 19-20 (28-01-2018 al 03-02-2018) |

Metodología

Se utilizará la modalidad de aprendizaje cooperativo a través de la realización de proyectos que tratan de resolver los problemas de las comunicaciones integradas de marketing en una empresa de diseño gráfico. Se realizarán investigaciones para reforzar el entendimiento de los temas.

El profesor realizará la exposición de cada tema a través de diapositivas y videos que analicen casos reales de CIM en el diseño gráfico.

Criterios de Evaluación

En este módulo serán evaluadas las competencias del estudiante para desarrollar un sistema de marketing mix para sus servicios de Diseñador Gráfico con las estrategias necesarias para lograrlo, así como su participación en clases y su aporte al desarrollo del aprendizaje.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

| Autor | Editorial | Título | Año | ISBN |
|----------------------------|-----------|--------------------------|------|-----------|
| KOTLER, P. & ARMSTRONG, G. | Pearson | FUNDAMENTOS DE MARKETING | 2008 | NO INDICA |

| Autor | Editorial | Título | Año | ISBN |
|---------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|------|-----------|
| LANCASTER G. & REYNOLDS P | Institute of Management Foundation | MARKETING | 2002 | 870829902 |
| SMITH, P.R. & TAYLOR J. | Koga Page Limited | MARKETING COMMUNICATIONS | 2004 | 749442654 |
| WELLS, MORIARTY & BURNETT | Prentice Hall | PUBLICIDAD: PRINCIPIOS Y PRÁCTICA | 2007 | NO INDICA |

Web

| Autor | Título | URL |
|----------------------|------------------|---|
| Philip Kotler Y Gary | Repositorio Espe | http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/5/T- |
| Gustavo Alonso | Gestiopolis | http://www.gestiopolis. |
| Carlos Mora | Gestiopolis | http://www.gestiopolis.com/marketing/marketing-viral- |

Software

| Autor | Título | URL | Versión |
|-------------------------------|-------------------------------|--|---------|
| W. Chan Kim y Renee Mauborgne | La Estrategia del Oceano Azul | www.sparknotes.com | |

Bibliografía de apoyo

Libros

| Autor | Editorial | Título | Año | ISBN |
|-------------------------------|-----------------------------|---|------|---------------|
| Viggiano Eduardo | Nobuko | Marketing Del Diseno | 2005 | |
| PIESTRAK, DANIEL | Ediciones Díaz de Santos | LOS SIETE FACTORES CLAVE DEL MARKETING ESTRATÉGICO: LA BATALLA COMPETITIVA | 2007 | 9788487189432 |
| BELCH, George, BELCH, Michael | Mc Graw Hill Interamericana | Publicidad y Promoción: Perspectiva de la comunicación de Marketing Integra | 2005 | |

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **11/09/2017**

Estado: **Aprobado**