



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 3 INTERIORES Y GRÁFICO

Código: FDI0112

Paralelo:

Periodo : Septiembre-2018 a Febrero-2019

Profesor: CASTRO RIVERA MARIA ELENA

Correo electrónico mcastror@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 | Qué es comunicación (1 horas) |
| 1.2 | La mezcla de comunicación (1 horas) |
| 2 | Comunicaciones integradas de marketing |
| 2.1 | Publicidad (2 horas) |
| 2.2 | Promoción de ventas (2 horas) |
| 2.3 | Relaciones públicas (2 horas) |
| 2.4 | Ventas personales (2 horas) |
| 2.5 | Marketing directo (2 horas) |
| 2.6 | Otros: Marketing Interno, Externo e Interactivo (2 horas) |
| 3 | Plan de Comunicaciones Integradas de marketing |
| 3.1 | Fases de la planificación de la Comunicación (4 horas) |
| 3.2 | Planificación y desarrollo de la campaña (8 horas) |
| 4 | Otros tipos de marketing |
| 4.1 | Marketing social (3 horas) |
| 4.2 | Marketing sensorial (3 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 Diseño Gráfico.

-Evaluación escrita
-Proyectos
-Reactivos

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

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.

-Reactivos

Desglose de evaluación

| Evidencia | Descripción | Contenidos sílabo a evaluar | Aporte | Calificación | Semana |
|--------------------|--|---|------------|--------------|--|
| Reactivos | Primera prueba escrita en base a reactivos | La comunicación en el marketing | APORTE 1 | 5 | Semana: 4 (09/10/18 al 13/10/18) |
| Reactivos | Segunda prueba escrita en base a reactivos | La comunicación en el marketing | APORTE 2 | 5 | Semana: 8 (05/11/18 al 10/11/18) |
| Investigaciones | Investigación sobre estrategia de CIM de una empresa del medio | Comunicaciones integradas de marketing | APORTE 2 | 5 | Semana: 9 (12/11/18 al 14/11/18) |
| Proyectos | Plan de CIM de ideas de negocio o emprendimientos propios | Plan de Comunicaciones Integradas de marketing | APORTE 3 | 10 | Semana: 13 (10/12/18 al 14/12/18) |
| Investigaciones | Investigación sobre marketing social y emocional | Otros tipos de marketing | APORTE 3 | 5 | Semana: 15 (al) |
| Proyectos | Plan de CIM final | Plan de Comunicaciones Integradas de marketing | EXAMEN | 10 | Semana: 19-20 (20-01-2019 al 26-01-2019) |
| Reactivos | Examen teoría reactivos | Comunicaciones integradas de marketing, La comunicación en el marketing, Otros tipos de marketing, Plan de Comunicaciones Integradas de marketing | EXAMEN | 10 | Semana: 19-20 (20-01-2019 al 26-01-2019) |
| Evaluación escrita | Examen escrito en base a reactivos y preguntas abiertas | Comunicaciones integradas de marketing, La comunicación en el marketing, Otros tipos de marketing, Plan de Comunicaciones Integradas de marketing | SUPLETORIO | 20 | Semana: 21 (al) |

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 |
| LANCASTER G. & REYNOLDS P | Institute of Management Foundation | MARKETING | 2002 | 870829902 |

| Autor | Editorial | Título | Año | ISBN |
|---------------------------|-------------------|-----------------------------------|------|-----------|
| 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 |
|---|---------------------------------|---|------|-------------------|
| IDELFONSO GRANDE ESTEBAN | Alfaomega | MARKETING DE LOS SERVICIOS | 2012 | 978-84-7356-857-9 |
| José Luis Munuera Alemán Ana Isabel Rodríguez Escudero | Hesic Business Marketing School | Estrategias de Marketing, un enfoque basado en el proceso de dirección. | 2015 | 978-84-7356-819-7 |
| Ricardo Hoyos Ballesteros | ECOE Ediciones | Branding, el arte de marcar corazones | 2016 | 978-958-771-306-0 |

Web

| Autor | Título | URL |
|--|---|---|
| Navas, Juan Sebastián Gómez 1 ; González, Javiera Salinas 2 | COMUNICACIÓN INTEGRAL EN CONSTRUCCIÓN DE MARCAS CIUDAD: APORTES, TENSIONES Y DESAFÍOS | https://search.proquest.com/docview/2002918326? |

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **14/09/2018**

Estado: **Aprobado**