UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 3 INTERIORES Y GRÁFICO
Código: FDI0112
Paralelo:
Periodo : Septiembre-2020 a Febrero-2021
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

Es importante porque permite que el estudiante visualice sus proyectos desde una mirada de la factibilidad y la real posibilidad de ejecutarlos mediante herramientas que le permiten plantear y ejecutar un proyecto.

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

Esta asignatura, de carácter teórico-práctico, trata sobre los fundamentos básicos para la formulación y gestión de proyectos.

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.

Se articula principalmente con las materias de Diseño y el proyecto de graduación, en donde se espera que el estudiante sea capaz de generar y gestionar un proyecto.

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)
2.4	Ventas personales (2 horas)
2.5	Marketing directo (2 horas)
2.6	Otros: Marketing Interno, Externo e Interactivo (2 horas)
2.2000000000	Promoción de ventas (2 horas)
2.2999999999	Relaciones públicas (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**
4.2	Marketing sensorial (3 horas)
4.0999999999	Marketing social (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 -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.	-Evaluación escrita -Investigaciones -Trabajos prácticos - productos
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.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Lección en base a reactivos		APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 4 (12/10/20 al 17/10/20)
Evaluación escrita	Prueba en base a reactivos		APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 8 (09/11/20 al 14/11/20)
Evaluación escrita	Prueba en base a reactivos		APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 11 (30/11/20 al 05/12/20)
Evaluación escrita	Prueba en base a reactivos		APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 13 (14/12/20 al 19/12/20)
Investigaciones	Investigación CIM´s		APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 15 (02/01/21 al 02/01/21)
Trabajos prácticos - productos	Desarrollo de un Plan de comunicaciones integradas		EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Evaluación escrita	Examen final en línea en base a reactivos		EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Trabajos prácticos - productos	Desarrollo de un Plan de comunicaciones integradas		SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Evaluación escrita	Examen final en línea en base a reactivos		SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)

Metodología

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

Criterios de Evaluación

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

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

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

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
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
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-
Navas, Juan Sebastián	COMUNICACIÓN INTEGRAL EN	https://search.proquest.com/docview/2002918326?

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
Clow Kenneth & Baack Donald	Pearson Education	Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing	2010	978-607-442-630-4

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 20/09/2020

Estado: Aprobado