



## FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

### ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

#### 1. Datos

**Materia:** EJECUCION DE CAMPAÑAS  
**Código:** FLC0272  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Marzo-2020 a Agosto-2020  
**Profesor:** UGALDE SANCHEZ CECILIA ESPERANZA  
**Correo electrónico:** cugalde@uazuay.edu.ec  
**Prerrequisitos:**

Código: FLC0267 Materia: PLANIFICACION DE CAMPAÑAS DE COMUNICACION

**Nivel:** 8

**Distribución de horas.**

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

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

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

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.

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. Objetivos de Desarrollo Sostenible

#### 4. 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)

## 5. Sistema de Evaluación

### Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

#### Resultado de aprendizaje de la materia

#### bk. Planifica y ejecuta una campaña de comunicación.

#### Evidencias

-Ejecuta una campaña de comunicación.

-Evaluación escrita  
-Informes  
-Proyectos  
-Resolución de ejercicios, casos y otros  
-Trabajos prácticos - productos

### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Evaluación y corrección de materiales.	Producción de Materiales	APORTE	5	Semana: 4 (22/04/20 al 27/04/20)
Trabajos prácticos - productos	Plan de medios y libro de campaña.	Estrategia y táctica de medios, Libro de Campaña y presentación, Producción de Materiales	APORTE	10	Semana: 8 (20/05/20 al 25/05/20)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Ejecución de campaña	Lanzamiento, control y evaluación, Libro de Campaña y presentación, Optimización de la mezcla de comunicaciones y mercadeo	APORTE	15	Semana: 16 (15/07/20 al 20/07/20)
Proyectos	Campaña para 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 (21-07-2020 al 03-08-2020)
Evaluación escrita	Prueba sobre lo visto a lo largo del ciclo, y / o trabajo 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	SUPLETORIO	20	Semana: 20 ( al )

### Metodología

Trabajo práctico que se complementa con algunas lecturas y charlas explicativas.

### Criterios de Evaluación

La creatividad y buen uso del lenguaje son criterios que se evalúan en todas las actividades, además del apego a las instrucciones específicas para cada actividad, las que serán oportunamente compartidas con los estudiantes.

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
PRICKEN, MARIO	Gustavo Gill	PUBLICIDAD CREATIVA: IDEAS Y TÉCNICAS DE LAS MEJORES CAMPAÑAS INTERNACIONALES	2007	NO INDICA
Donald Parente	Thomson	Advertising Campaign Strategy	2010	
Dru, Jean Marie	Planeta	Disrupción	2009	
Noguera, Felipe	CIESPAL	Estrategia de las Campañas: Diez Mandamientos	2007	
Klapdor Sebastian	Springer	Effectiveness of Online Marketing Campaigns	2013	
Ridouit, Travis y Franz, Michael	Temple University Press	Persuasive power of campaign advertising	2011	
Francisco Pérez-Latre	Editorial UOC	Marcas Humanas, fundamentos de la publicidad en el siglo XXI	2017	978-84-9180-008-8

#### Web

Autor	Título	Url
Serrano, Julia; Arévalo, José	La Eficacia Publicitaria en las Campañas de Prevención para la Seguridad Vial	<a href="http://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/143">http://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/143</a>
MIGDALIA CARIDAD**, MARÍA ISABEL	MARKETING EXPERIENCIAL PARA LAPROMOCIÓN DEL PROCESO EDUCATIVO	<a href="http://dx.doi.org/10.18359/rfce.1608">http://dx.doi.org/10.18359/rfce.1608</a>

#### Software

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

#### Web

#### Software

\_\_\_\_\_  
Docente

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

Fecha aprobación: **09/03/2020**

Estado: **Aprobado**