



## FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

### ESCUELA DE DISEÑO DE INTERIORES

#### 1. Datos

<b>Materia:</b>	GESTIÓN 3 INTERIORES Y GRÁFICO
<b>Código:</b>	FDI0112
<b>Paralelo:</b>	A
<b>Periodo :</b>	Septiembre-2020 a Febrero-2021
<b>Profesor:</b>	VIVAR CORDERO MARIA CAROLINA
<b>Correo electrónico:</b>	carolinavivar@uazuay.edu.ec
<b>Prerrequisitos:</b>	Ninguno

Nivel: 7

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas	Créditos
		Sistemas de tutorías	Autónomo		
2				2	2

#### 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 estrategias 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

<b>1</b>	<b>La comunicación en el marketing</b>
1.1	Qué es comunicación (1 horas)
1.2	La mezcla de comunicación (1 horas)
<b>2</b>	<b>Comunicaciones integradas de marketing</b>
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)
<b>3</b>	<b>Plan de Comunicaciones Integradas de marketing</b>

3.1	Fases de la planificación de la Comunicación (4 horas)
3.2	Planificación y desarrollo de la campaña (8 horas)
<b>4</b>	<b>Otros tipos de marketing</b>
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

##### bb. Capacidad para identificar y analizar problemas y plantear posibles soluciones en el marco de generación y gestión de proyectos

-Capacidad para generar proyectos de diseño considerando todos los aspectos necesarios en la formulación de los mismos.	-Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Proyectos -Trabajos prácticos - productos
-Capacidad para poner en práctica los conocimientos adquiridos con las herramientas necesarias para identificar los posibles riesgos.	-Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Proyectos -Trabajos prácticos - productos
-Capacidad para trabajar en equipo considerando al personal necesario y adecuado en la formulación de proyectos de diseño de interiores.	-Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Proyectos -Trabajos prácticos - productos

##### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Investigaciones	Investigación sobre Ciclo de vida y estructura de un proyecto	La comunicación en el marketing	APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 5 (19-OCT-20 al 24-OCT-20)
Trabajos prácticos - productos	Propuestas proyectos grupales	Comunicaciones integradas de marketing	APORTE DESEMPEÑO	4	Semana: 6 (26-OCT-20 al 31-OCT-20)
Trabajos prácticos - productos	Aplicación gestión de riesgos en propuestas grupales	Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 7 (04-NOV-20 al 07-NOV-20)
Trabajos prácticos - productos	Aplicación gestión riesgos en propuestas grupales	Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 7 (04-NOV-20 al 07-NOV-20)
Proyectos	Entrega Proyecto final	Comunicaciones integradas de marketing, La comunicación en el marketing, Otros tipos de marketing, Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Proyectos	Presentación proyecto final	Comunicaciones integradas de marketing, La comunicación en el marketing, Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25-ENE-21 al 30-ENE-21)
Proyectos	Entrega Proyecto final	Comunicaciones integradas de marketing, La comunicación en el marketing, Otros tipos de marketing, Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Proyectos	Presentación proyecto final	Comunicaciones integradas de marketing, La comunicación en el marketing, Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25-ENE-21 al 30-ENE-21)

##### Metodología

###### Metodología

El aprendizaje virtual será reforzado mediante la realización de trabajos grupales sobre la teoría impartida y su aplicación en proyectos relacionados con la carrera.

Los estudiantes reflexionarán sobre las experiencias de profesionales del área mediante charlas impartidas preparadas especialmente para ellos y publicarán sus opiniones mediante el uso de foros abiertos para sus participaciones, lo que permitirá la interiorización de los conocimientos.

Se trabajará con presentaciones mediante herramientas digitales, además del uso de artículos científicos actuales, además del aprendizaje autónomo acompañado de la investigación que en distintos temas realizarán los estudiantes.

### Criterios de Evaluación

La participación activa en clase, la motivación y la iniciativa, serán valores considerados dentro del criterio de evaluación, ya que en una época tan difícil como la actual son valores necesarios para estimular el aprendizaje.

Se realizarán evaluaciones orales y usando las herramientas virtuales para evaluar los conocimientos teóricos.

Se considerará el nivel de profundidad en la puesta en práctica en los trabajos grupales, investigaciones y pensamiento analítico en sus intervenciones en los foros. Se tomará en cuenta la opinión propia y sobre los criterios de los compañeros en los foros siempre que ésta sea constructiva.

## 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
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	ECOEdiciones	Branding, el arte de marcar corazones	2016	978-958-771-306-0

#### Web

Autor	Título	Url
Philip Kotler Y Gary Armstrong	Repositorio Espe	<a href="http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/5/T-ESPE-021513-5.pdf">http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/5/T-ESPE-021513-5.pdf</a>
Gustavo Alonso	Gestiopolis	<a href="http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar1/mktpubyventas.htm">http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar1/mktpubyventas.htm</a>
Carlos Mora	Gestiopolis	<a href="http://www.gestiopolis.com/marketing/marketing-viral-conocimiento-del-cliente.htm">http://www.gestiopolis.com/marketing/marketing-viral-conocimiento-del-cliente.htm</a>
Navas, Juan Sebastián Gómez I ; González,	COMUNICACIÓN INTEGRAL EN CONSTRUCCIÓN DE MARCAS CIUDAD:	<a href="https://search.proquest.com/docview/2002918326?accountid=36552">https://search.proquest.com/docview/2002918326?accountid=36552</a>

#### Software

Autor	Título	Url	Versión
W. Chan Kim y Renee Mauborgne	La Estrategia del Oceano Azul	<a href="http://www.sparknotes.com">www.sparknotes.com</a>	

### 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: 17/09/2020

Estado: Aprobado