



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos

Materia: GESTIÓN 3 INTERIORES Y GRÁFICO
Código: FDI0112
Paralelo: B
Periodo : Septiembre-2018 a Febrero-2019
Profesor: CASTRO RIVERA MARIA ELENA
Correo electrónico: mcastror@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:
 Ninguno

Nivel: 7

Distribución de horas.

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

2. Descripción y objetivos de la materia

Identificar las principales herramientas de un Plan de Comunicaciones Integradas de Marketing y esbozar un plan básico orientado un proyecto de Diseño Gráfico. Esta es una asignatura teórica que aborda con mayor profundidad dentro del marketing mix, las estrategias de promoción y comunicación.

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. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

| | |
|-----|---|
| 1 | Fundamentos de la Gestión de Proyectos: conceptos, ciclo de vida, integrantes, estructura organizacional |
| 1 | La comunicación en el marketing |
| 1.1 | Conceptos y tipos de proyectos (2 horas) |
| 1.1 | Qué es comunicación (1 horas) |
| 1.2 | Ciclo de vida de un proyecto (2 horas) |
| 1.2 | La mezcla de comunicación (1 horas) |
| 1.3 | Estructura de un proyecto (2 horas) |
| 2 | Inicio del Proyecto: selección de proyectos, partes interesadas, requerimientos, planificación y adquisición de recursos humanos y materiales |

| | |
|----------|---|
| 2 | Comunicaciones integradas de marketing |
| 2.1 | Publicidad (2 horas) |
| 2.1 | Selección del Proyecto (2 horas) |
| 2.2 | Promoción de ventas (2 horas) |
| 2.2 | Procesos que intervienen en la ejecución del proyecto (Planificación) (4 horas) |
| 2.3 | Asignación y vinculación del recurso humano al proyecto (4 horas) |
| 2.3 | Relaciones públicas (2 horas) |
| 2.4 | Ventas personales (2 horas) |
| 2.4 | Administración de los recursos y el presupuesto (4 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 | Evaluación y seguimiento de riesgos |
| 3.1 | Gestión del Riesgo (2 horas) |
| 3.1 | Fases de la planificación de la Comunicación (4 horas) |
| 3.2 | Planificación y desarrollo de la campaña (8 horas) |
| 3.2 | Modelo de la Administración de Riesgos (2 horas) |
| 3.3 | Conclusiones (2 horas) |
| 4 | Gestión de calidad |
| 4 | Otros tipos de marketing |
| 4.1 | Planeación de la Calidad (2 horas) |
| 4.1 | Marketing social (3 horas) |
| 4.2 | Aseguramiento de la Calidad (2 horas) |
| 4.2 | Marketing sensorial (3 horas) |
| 4.3 | Control de la Calidad (2 horas) |

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

af. 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
-Investigaciones
-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.

-Evaluación escrita
-Investigaciones
-Proyectos
-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.

-Evaluación escrita
-Investigaciones
-Proyectos
-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) |

| Evidencia | Descripción | Contenidos sílabo a evaluar | Aporte | Calificación | Semana |
|--------------------|--|---|------------|--------------|--|
| 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.

6. 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 |
| 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 Armstrong | Repositorio Espe | http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/5/T-ESPE-021513-5.pdf |
| Gustavo Alonso | Gestiopolis | http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar1/mktpubyventas.htm |
| Carlos Mora | Gestiopolis | http://www.gestiopolis.com/marketing/marketing-viral-conocimiento-del-cliente.htm |

Software

| Autor | Título | Url | Versión |
|-------|--------|-----|---------|
|-------|--------|-----|---------|

| 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 | COMUNICACIÓN INTEGRAL EN CONSTRUCCIÓN DE MARCAS CIUDAD: APORTES, TENSIONES Y DESAFÍOS | https://search.proquest.com/docview/2002918326?accountid=36552 |

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **14/09/2018**

Estado: **Aprobado**