



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos

Materia: EJECUCION DE CAMPAÑAS
Código: FLC0272
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2021 a Julio-2021
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

1.	Producción de Materiales
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)
2.	Estrategia y táctica de medios
2.01.	Plan de medios (10 horas)
2.02.	Tácticas y estrategias de medios (6 horas)
3.	Libro de Campaña y presentación

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)
4.	Lanzamiento, control y evaluación
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)
5.	Optimización de la mezcla de comunicaciones y mercadeo
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

Evidencias

bk. Planifica y ejecuta una campaña de comunicación.

-Ejecuta una campaña de comunicación.	-Trabajos prácticos - productos
-Organiza una presentación de campaña a nivel profesional.	-Trabajos prácticos - productos
-Prepara un libro de campañas.	-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Actividades propias de la ejecución de una campaña de acuerdo con los contenidos planificados.	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	APORTE DESEMPEÑO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Trabajos prácticos - productos	Entrega de informe final de campaña.	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 FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19 (19/07/21 al 24/07/21)
Trabajos prácticos - productos	Presentación de ejecución de campaña	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 FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (19/07/21 al 24/07/21)
Trabajos prácticos - productos	Entrega de informe final de campaña.	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 ASINCRÓNICO	10	Semana: 19 (19/07/21 al 24/07/21)
Trabajos prácticos - productos	Presentación de ejecución de campaña	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 SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (19/07/21 al 24/07/21)

Metodología

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
Donald Parente	Thomson	Advertising Campaign Strategy	2010	
PRICKEN, MARIO	Gustavo Gill	PUBLICIDAD CREATIVA: IDEAS Y TÉCNICAS DE LAS MEJORES CAMPAÑAS INTERNACIONALES	2007	NO INDICA
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	
Ridout, 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	http://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/143
MIGDALIA CARIDAD**, MARÍA ISABEL	MARKETING EXPERIENCIAL PARA LAPROMOCIÓN DEL PROCESO EDUCATIVO	http://dx.doi.org/10.18359/rfce.1608

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 08/03/2021

Estado: Aprobado