



## FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

### ESCUELA DE COMUNICACIÓN

#### 1. Datos

<b>Materia:</b>	PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS
<b>Código:</b>	CMN0703
<b>Paralelo:</b>	A
<b>Periodo :</b>	Septiembre-2021 a Febrero-2022
<b>Profesor:</b>	UGALDE SANCHEZ CECILIA ESPERANZA
<b>Correo electrónico:</b>	cugalde@uazuay.edu.ec
<b>Prerrequisitos:</b>	Ninguno

**Nivel:** 7

**Distribución de horas.**

Docencia	Práctico	Autónomo: 80		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	16		80	160

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

Campañas de comunicación, definición y características, diagnóstico, estrategia, preproducción y producción de materiales

Organiza la presentación de una campaña de presentación a nivel profesional.

Planifica y ejecuta una campaña de comunicación

#### 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

#### 4. Contenidos

<b>01.</b>	<b>Campañas de comunicación, definición, características</b>
01.01	Introducción, características de una comunicación efectiva (1 horas)
01.02	¿Qué es una campaña?, características, definición de problema (1 horas)
01.03	Orientación y planificación estratégica (1 horas)
01.04	Esquema de una campaña (1 horas)
<b>02.</b>	<b>Diagnóstico</b>
02.01	Desarrollo de un plan de investigación (1 horas)
02.02	Análisis situacional: compañía y consumidores (4 horas)
02.03	Análisis del producto y la marca (4 horas)
02.04	Análisis competitivo (2 horas)

02.05	Necesidad de información adicional, investigación operacional (10 horas)
<b>03.</b>	<b>Aprovechar oportunidades y establecer objetivos</b>
03.01	Búsqueda del valor de marca (2 horas)
03.02	Definición de problemas e identificación de oportunidades (2 horas)
03.03	Definición de objetivos (3 horas)
<b>04.</b>	<b>Estrategia</b>
04.01	Estrategia de producto, precio y empaque (2 horas)
04.02	Estrategia de comunicación (2 horas)
04.03	Financiamiento del programa de comunicación y mercadeo (1 horas)
04.04	Desarrollo del concepto de campaña (2 horas)
<b>05.</b>	<b>Estrategia y táctica de medios</b>
05.01	Establecimiento de la mezcla táctica (2 horas)
05.02	Plan de medios (2 horas)
05.03	Determinación de las tácticas de medios (2 horas)
<b>06.</b>	<b>Producción de materiales</b>
06.01	Prueba de concepto (2 horas)
06.02	Pre producción de mensajes y materiales (7 horas)
06.03	Validación (2 horas)
06.04	Producción final de materiales (10 horas)
<b>07.</b>	<b>Libro de campaña y presentación</b>
07.01	Libro de campaña (2 horas)
07.02	Presentación de una campaña (2 horas)
<b>08.</b>	<b>Lanzamiento, control y evaluación</b>
08.01	Lanzamiento (6 horas)
08.02	Monitoreo, control de cambios (2 horas)
08.03	Evaluación de la efectividad de una campaña (2 horas)

## 5. Sistema de Evaluación

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

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

bp. Planifica y ejecuta una campaña de comunicación

-Planifica una campaña de comunicación.

-Investigaciones  
-Trabajos prácticos -  
productos

### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Planteamiento inicial, propuesta de investigación.	Campañas de comunicación, definición, características, Diagnóstico	APORTE	5	Semana: 4 (11/10/21 al 16/10/21)
Investigaciones	Diagnóstico	Campañas de comunicación, definición, características, Diagnóstico	APORTE	10	Semana: 8 (08/11/21 al 13/11/21)
Trabajos prácticos - productos	Aprovechar oportunidades y establecer objetivos ,Estrategia ,Estrategia y táctica de medios ,Lanzamiento, control y evaluación ,Libro de campaña y presentación ,Producción de materiales	Aprovechar oportunidades y establecer objetivos, Estrategia, Estrategia y táctica de medios, Lanzamiento, control y evaluación, Libro de campaña y presentación, Producción de materiales	APORTE	15	Semana: 15 ( al )
Trabajos prácticos - productos	Campaña final	Aprovechar oportunidades y establecer objetivos, Estrategia, Estrategia y táctica de medios, Lanzamiento,	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (23-01-2022 al 29-01-2022)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
		control y evaluación, Libro de campaña y presentación, Producción de materiales			
Trabajos prácticos - productos	Campaña final	Aprovechar oportunidades y establecer objetivos, Estrategia, Estrategia y táctica de medios, Lanzamiento, control y evaluación, Libro de campaña y presentación, Producción de materiales	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (02/02/22 al 05/02/22)

## Metodología

## Criterios de Evaluación

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
PRICKEN, MARIO	Gustavo Hill	PUBLICIDAD CREATIVA: IDEAS Y TÉCNICAS DE LAS MEJORES CAMPAÑAS IN	2008	978 84 2521735 7

#### Web

#### Software

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Parente, Donald; Strausbaugh-Hutchinson, Kirsten	Cengage Learning	Advertising Campaign Strategy: A Guide to Marketing Communication Plans	2014	978-1133434801

#### Web

#### Software

\_\_\_\_\_  
Docente

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

Fecha aprobación: **16/09/2021**

Estado: **Aprobado**