



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos generales

Materia: GERENCIA DE AGENCIAS
Código: FLC0268
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2018 a Febrero-2019
Profesor: ZARAMA SOLANO MARIA ALEJANDRA
Correo electrónico: azarama@uazuay.edu.ec

Nivel: 7

Distribución de horas.

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

Prerrequisitos:

Código: FLC0249 Materia: PUBLICIDAD II

2. Descripción y objetivos de la materia

Los estudiantes además podrán contar con conocimientos base que les permita emprender el libre ejercicio como profesionales de la comunicación y publicidad y/o conocer el manejo base de un departamento de mercado o agencia inhouse de publicidad.

Mediante el presente seminario los estudiantes podrán conocer los modelos de negocio de la industria publicitaria, su manejo interno, gama de servicios, políticas de atención al cliente, nociones de administración y requerimientos de ley para operar.

Integra los conocimientos adquiridos previamente en las asignaturas de Publicidad II, en el funcionamiento interno y operaciones de oficinas de comunicación, agencias de publicidad.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	Agencia de publicidad tradicional
1.2	Boutiques creativas o agencias de diseño
1.3	Proveedor de servicio publicitario de pautaaje ATL o BTL
1.4	Agencias de RRPP
1.5	Investigadoras de mercado.
1.6	Asesoras de comunicaciones
1.7	Agencias de medios web y redes sociales
1.8	Asesoría profesional independiente
1.9	Servicios más requeridos en el país.
2.1	Definición de servicios
2.2	Recursos para servicios
2.3	Operación interna de servicios

2.4	Construcción de la ventaja competitiva
2.5	Alianzas estratégicas
2.6	Presupuestos de costos
3.1	Clusters de servicios
3.2	Proveedores
3.3	Negociación de precios y comisiones
4.1	Organigrama y funciones internas
4.2	Imagen corporativa

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

bl. Determina el funcionamiento interno de una agencia de publicidad.

-Conoce los requisitos y obligaciones legales para la operación de una agencia o consultora, para lo cual identifica previamente la estructura interna de los tipos de agencias relacionados con el mercadeo, comunicación y publicidad.

-Evaluación escrita
-Investigaciones
-Proyectos
-Reactivos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Prueba escrita sobre los tipos de agencias.	Oferta de servicios, Tipos de agencias de la industria publicitaria y de marketing	APORTE 1	5	Semana: 3 (01-OCT-18 al 06-OCT-18)
Investigaciones	Investigación sobre las agencias de publicidad, productoras, entre otras en Cuenca	Oferta de servicios, Tipos de agencias de la industria publicitaria y de marketing	APORTE 2	5	Semana: 6 (22-OCT-18 al 27-OCT-18)
Investigaciones	Trabajo grupal en clase.	Organización interna, Redes de trabajo	APORTE 3	10	Semana: 11 (26-NOV-18 al 01-DIC-18)
Proyectos	Creación de una web para la agencia	Oferta de servicios, Organización interna, Redes de trabajo, Tipos de agencias de la industria publicitaria y de marketing	APORTE 3	10	Semana: 14 (17-DIC-18 al 22-DIC-18)
Reactivos	Examen teórico práctico de todo lo visto durante el ciclo.	Oferta de servicios, Organización interna, Redes de trabajo, Tipos de agencias de la industria publicitaria y de marketing	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (20-01-2019 al 26-01-2019)
Reactivos	Evaluación de reactivos de todos los temas vistos durante el ciclo.	Oferta de servicios, Organización interna, Redes de trabajo, Tipos de agencias de la industria publicitaria y de marketing	SUPLETORIO	20	Semana: 21 (al)

Metodología

Criterios de evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
GIULIANI, ANTONIO C	Ottoni	MARKETING, VAREJO E SERVICOS	2010	978-85-7464-570-4
RUSSELL, J. THOMAS	Pearson Educación	KLEPPNER PUBLICIDAD	2005	970-26-0642-X

Web

Autor	Título	Url
Martin, Tom	Advertisingage.Com	http://adage.com/article/small-agency-diary/rock-stars-make-customers-fans/243516/
Derville Gallicano, Tiffany	Prsa, Public Relations Journal	http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Documents/20132Gallicano.pdf
Papí Galvez, Natalia	Vivat Academia	http://search.proquest.com/docview/1313442496/14054218E47733212C0/1?accountid=36552

Software

Autor	Título	Url	Versión
W. Chan Kim y Renee Mauborgne	La Estrategia del Oceano Azul	www.sparknotes.com	

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **16/09/2018**

Estado: **Aprobado**