



## FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

### ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

#### 1. Datos generales

**Materia:** GERENCIA DE AGENCIAS  
**Código:** FLC0268  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Septiembre-2019 a Febrero-2020  
**Profesor:** OLINGI LEON CARLOS ANDRES  
**Correo electrónico:** aolingi@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
4.3	Gastos operativos
4.4	Establecimiento de precios para servicios

## 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  
-Proyectos  
-Reactivos

### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Proyectos	xxxxxs	Tipos de agencias de la industria publicitaria y de marketing	APORTE	5	Semana: 4 (30-SEP-19 al 05-OCT-19)
Proyectos	ssss	Oferta de servicios	APORTE	10	Semana: 8 (28-OCT-19 al 31-OCT-19)
Evaluación escrita	cccc	Redes de trabajo	APORTE	15	Semana: 12 (25-NOV-19 al 30-NOV-19)
Evaluación escrita	dddd	Organización interna	EXAMEN	20	Semana: 19 (13-ENE-20 al 18-ENE-20)
Reactivos	ddd	Organización interna	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	<a href="http://adage.com/article/small-agency-diary/rock-stars-make-customers-fans/243516/">http://adage.com/article/small-agency-diary/rock-stars-make-customers-fans/243516/</a>
Derville Gallicano, Tiffany	Prsa, Public Relations Journal	<a href="http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Documents/20132Gallicano.pdf">http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Documents/20132Gallicano.pdf</a>
Papí Galvez, Natallia	Vivat Academia	<a href="http://search.proquest.com/docview/1313442496/14054218E47733212C0/1?accountid=36552">http://search.proquest.com/docview/1313442496/14054218E47733212C0/1?accountid=36552</a>

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: **10/09/2019**

Estado: **Aprobado**