



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 3 INTERIORES Y GRÁFICO
Código: FDI0112
Paralelo: B
Periodo : Septiembre-2020 a Febrero-2021
Profesor: ALARCON MORALES JHONN MANUEL
Correo electrónico: jalarcon@uazuay.edu.ec

Nivel: 7

Distribución de horas.

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

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Esta asignatura, de carácter teórico-práctico, trata sobre los fundamentos básicos para la formulación y gestión de proyectos.

Identificar las principales herramientas de un Plan de Comunicaciones Integradas de Marketing y esbozar un plan básico orientado un proyecto de Diseño Gráfico.

Es importante porque permite que el estudiante visualice sus proyectos desde una mirada de la factibilidad y la real posibilidad de ejecutarlos mediante herramientas que le permiten plantear y ejecutar un proyecto.

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.

Se articula principalmente con las materias de Diseño y el proyecto de graduación, en donde se espera que el estudiante sea capaz de generar y gestionar un proyecto.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	Qué es comunicación
1.2	La mezcla de comunicación
2.1	Publicidad
2.4	Ventas personales
2.5	Marketing directo
2.6	Otros: Marketing Interno, Externo e Interactivo
2.20000000000000002	Promoción de ventas
2.2999999999999998	Relaciones públicas
3.1	Fases de la planificación de la Comunicación

3.2	Planificación y desarrollo de la campaña
4.2	Marketing sensorial
4.0999999999999999	Marketing social

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

at. 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
-Trabajos prácticos - productos

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
-Trabajos prácticos - productos

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
-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Lección en base a reactivos	La comunicación en el marketing	APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 4 (12-OCT-20 al 17-OCT-20)
Evaluación escrita	Prueba en base a reactivos	Comunicaciones integradas de marketing	APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 8 (09-NOV-20 al 14-NOV-20)
Evaluación escrita	Prueba en base a reactivos	Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 11 (30-NOV-20 al 05-DIC-20)
Evaluación escrita	Prueba en base a reactivos	Otros tipos de marketing	APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 13 (14-DIC-20 al 19-DIC-20)
Investigaciones	Investigación CIM's	Otros tipos de marketing	APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 15 (02-ENE-21 al 02-ENE-21)
	APORTE CUMPLIMIENTO		APORTE CUMPLIMIENTO	10	Semana: 13 (14-DIC-20 al 19-DIC-20)
	APORTE ASISTENCIA		APORTE ASISTENCIA	10	Semana: 13 (14-DIC-20 al 19-DIC-20)
Trabajos prácticos - productos	Desarrollo de un Plan de comunicaciones integradas	Comunicaciones integradas de marketing, La comunicación en el marketing, Otros tipos de marketing, Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Evaluación escrita	Examen final en línea en base a reactivos	Comunicaciones integradas de marketing, La comunicación en el marketing, Otros tipos de marketing, Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Trabajos prácticos - productos	Desarrollo de un Plan de comunicaciones integradas	Comunicaciones integradas de marketing, La comunicación en el marketing, Otros tipos de marketing, Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Evaluación escrita	Examen final en línea en base a reactivos	Comunicaciones integradas de marketing, La comunicación en el marketing, Otros tipos de marketing, Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
SMITH, P.R. & TAYLOR J.	Koga Page Limited	MARKETING COMMUNICATIONS	2004	749442654
WELLS, MORIARTY & BURNETT	Prentice Hall	PUBLICIDAD: PRINCIPIOS Y PRÁCTICA	2007	NO INDICA
KOTLER, P. & ARMSTRONG, G.	Pearson	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2008	NO INDICA
LANCASTER G. & REYNOLDS P	Institute of Management Foundation	MARKETING	2002	870829902
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
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
Navas, Juan Sebastián Gómez 1 ; González, Javiera Salinas 2	COMUNICACIÓN INTEGRAL EN CONSTRUCCIÓN DE MARCAS CIUDAD: APORTES, TENSIONES Y DESAFÍOS	https://search.proquest.com/docview/2002918326?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

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Clow Kenneth & Baack Donald	Pearson Education	Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing	2010	978-607-442-630-4

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **20/09/2020**

Estado: **Aprobado**