UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO DE INTERIORES

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 3 INTERIORES Y GRÁFICO
Código: FDI0112
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2020 a Febrero-2021
Profesor: VIVAR CORDERO MARÍA CAROLINA
Correo electrónico: carolinavivar@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 entrategias 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
2.2000000000000002	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
4.0999999999999996	Marketing social

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
bb. Capacidad para identificar y analizar problemas y plantear posibles soluciones en el marco de generación y gestión de proyectos	
-Capacidad para generar proyectos de diseño considerando todos los aspectos necesarios en la formulación de los mismos.	-Investigaciones -Proyectos -Trabajos prácticos - productos
-Capacidad para poner en práctica los conocimientos adquiridos con las herramientas necesarias para identificar los posibles riesgos.	-Investigaciones -Proyectos -Trabajos prácticos - productos
-Capacidad para trabajar en equipo considerando al personal necesario y adecuado en la formulación de proyectos de diseño de interiores.	-Investigaciones -Proyectos -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Investigaciones	Investigación sobre Ciclo de vida y estructura de un proyecto	La comunicación en el marketing	APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 5 (19-OCT-20 al 24-OCT-20)
Trabajos prácticos - productos	Propuestas proyectos grupales	Comunicaciones integradas de marketing	APORTE DESEMPEÑO	4	Semana: 6 (26-OCT-20 al 31-OCT-20)
Trabajos prácticos - productos	Aplicación gestión de riesgos en propuestas grupales	Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 7 (04-NOV-20 al 07-NOV-20)
Trabajos prácticos - productos	Aplicación gestión riesgos en propuestas grupales	Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 7 (04-NOV-20 al 07-NOV-20)
	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)
Proyectos	Entrega Proyecto final	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)
Proyectos	Presentación proyecto final	Comunicaciones integradas de marketing, La comunicación en el marketing, Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25-ENE-21 al 30-ENE-21)
Proyectos	Entrega Proyecto final	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)
Proyectos	Presentación proyecto final	Comunicaciones integradas de marketing, La comunicación en el marketing, Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25-ENE-21 al 30-ENE-21)

Metodología

Criterios de evaluación

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: 17/09/2020

Estado: Aprobado