



## FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

### ESCUELA DE COMUNICACIÓN

#### 1. Datos generales

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

**Nivel:** 7

#### Distribución de horas.

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

#### Prerrequisitos:

Ninguno

#### 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

|       |                                                               |
|-------|---------------------------------------------------------------|
| 01.01 | Introducción, características de una comunicación efectiva    |
| 01.02 | ¿Qué es una campaña?, características, definición de problema |
| 01.03 | Orientación y planificación estratégica                       |
| 01.04 | Esquema de una campaña                                        |
| 02.01 | Desarrollo de un plan de investigación                        |
| 02.02 | Análisis situacional: compañía y consumidores                 |
| 02.03 | Análisis del producto y la marca                              |
| 02.04 | Análisis competitivo                                          |
| 02.05 | Necesidad de información adicional, investigación operacional |
| 03.01 | Búsqueda del valor de marca                                   |
| 03.02 | Definición de problemas e identificación de oportunidades     |
| 03.03 | Definición de objetivos                                       |
| 04.01 | Estrategia de producto, precio y empaque                      |
| 04.02 | Estrategia de comunicación                                    |

|       |                                                        |
|-------|--------------------------------------------------------|
| 04.03 | Financiamiento del programa de comunicación y mercadeo |
| 04.04 | Desarrollo del concepto de campaña                     |
| 05.01 | Establecimiento de la mezcla táctica                   |
| 05.02 | Plan de medios                                         |
| 05.03 | Determinación de las tácticas de medios                |
| 06.01 | Prueba de concepto                                     |
| 06.02 | Pre producción de mensajes y materiales                |
| 06.03 | Validación                                             |
| 06.04 | Producción final de materiales                         |
| 07.01 | Libro de campaña                                       |
| 07.02 | Presentación de una campaña                            |
| 08.01 | Lanzamiento                                            |
| 08.02 | Monitoreo, control de cambios                          |
| 08.03 | Evaluación de la efectividad de una campaña            |

## 5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

bp. Planifica y ejecuta una campaña de comunicación

Evidencias

-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-OCT-21 al 16-OCT-21)       |
| Investigaciones                | Diagnóstico                                                                                                                                                                               | Campañas de comunicación, definición, características, Diagnóstico                                                                                                                        | APORTE     | 10           | Semana: 8 (08-NOV-21 al 13-NOV-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, control y evaluación, Libro de campaña y presentación, Producción de materiales | EXAMEN     | 20           | Semana: 19-20 (23-01-2022 al 29-01-2022) |
| 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-FEB-22 al 05-FEB-22)      |

Metodología

| Descripción                                  | Tipo horas     |
|----------------------------------------------|----------------|
| Investigación, trabajos grupales y lecturas. | Autónomo       |
| Tutorías, trabajo grupal guiado.             | Total docencia |

Criterios de evaluación

| Descripción                                                                                                                           | Tipo horas     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Cumplimiento con las instrucciones de cada ejercicio. Aplicación de lo revisado en clase o en las lecturas.                           | Autónomo       |
| Colaboración individual, participación grupal, cumplimiento de lo solicitado, aplicación de lo visto en clase, buen uso del lenguaje. | Total docencia |

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

Revista

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

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 16/09/2021

Estado: Aprobado