

## FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS ESCUELA DE COMUNICACIÓN

### 1. Datos generales

**Materia:** GERENCIA DE AGENCIAS Y PLANIFICACIÓN DE  
**Código:** CMN0803  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Marzo-2022 a Agosto-2022  
**Profesor:** AREVALO PEÑA JOSE DAVID  
**Correo electrónico:** darevalo@uazuay.edu.ec

**Nivel:** 8

#### Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	0	32	64	160

#### Prerrequisitos:

Ninguno

### 2. Descripción y objetivos de la materia

Cubre la estructura organizativa, la propuesta de valor en el modelo de negocio, la dirección y negociación de medios, los nuevos enfoques alineados a los cambios de paradigma de la comunicación, las diferencias de los canales on line y off line para la ejecución de campañas, así también las herramientas de medición e inversión.

La materia entrega las herramientas necesarias para la dirección de las agencias actuales, aquí se integran todos los conocimientos adquiridos en el área de la comunicación comercial.

Los cambios sociales y tecnológicos acelerados exigen nuevas habilidades para el desarrollo profesional y la dirección de las agencias de comunicación creativa, esta materia ayudará al estudiante a tomar decisiones analizadas y con prospectiva en cada etapa de su carrera. Así también refuerza la importancia de los valores en este proceso de construcción de marca.

### 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



### 4. Contenidos

1.2	Planificación de medios, manejo de los diferentes canales de comunicación, las diferencias on line y off line para la ejecución de campañas.
1.3	Herramientas para la creación, ejecución y medición de campañas omnicanal.
1.1000000000 000001	Gerencia de agencias evolución y cambios de paradigmas de la comunicación.

### 5. Sistema de Evaluación

## Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Trabajos en clase	Introducción y temario	APORTE	10	Semana: 6 (25-ABR-22 al 30-ABR-22)
Trabajos prácticos - productos	Trabajos varios	Introducción y temario	APORTE	10	Semana: 10 (24-MAY-22 al 28-MAY-22)
Trabajos prácticos - productos	Trabajos prácticos	Introducción y temario	APORTE	10	Semana: 16 (04-JUL-22 al 09-JUL-22)
Evaluación escrita	Examen teórico y práctico	Introducción y temario	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (10-07-2022 al 23-07-2022)
	Examen Teórico y práctico	Introducción y temario	SUPLETORIO	20	Semana: 19 ( al )

## Metodología

Descripción	Tipo horas
Las metodologías utilizadas serán basadas en Flipped Classroom, modelo pedagógico en el que los elementos tradicionales de la lección impartida por el profesor se invierten y la metodología de Aprendizaje Basado en Proyectos. (ABP)	Total docencia

## Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
10p. Desarrollo de Modelo de Agencia Canvas 10p. Caso práctico, diseño de un plan de medios . 20 p. Proyecto creación, ejecución y medición de campaña.	Autónomo

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
CHARLES T. HORNGREN, SRIKANT M. DATAR, MADHAV V. RAJAN.	Pearson	CONTABILIDAD DE COSTOS : UN EFOQUE GERENCIAL	2012	978-6-07-321024-9

#### Web

Autor	Título	Url
Ana Isabel Isolano	Toma de decisiones gerenciales	<a href="https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4835719">https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4835719</a>
Hugo Brunetta	CRM, la guía definitiva: estrategia de gerenciamiento de la relación con los clientes	<a href="https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuausp/reader.action?docID=5486860">https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuausp/reader.action?docID=5486860</a>

#### Software

#### Revista

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan	LID Editorial.	Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad.	2021	

#### Web

#### Software

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **14/03/2022**

Estado: **Aprobado**