

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE MARKETING

1. Datos generales

Materia: COMERCIALIZACIÓN, COMUNICACIÓN Y
Código: MTC0031
Paralelo: A
Periodo: Septiembre-2022 a Febrero-2023
Profesor: DURAZNO SILVA CARLOS ALBERTO
Correo electrónico: cdurazno@uazuay.edu.ec

Nivel: 7

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
0	64	16	80	160

Prerrequisitos:

Código: FAM0013 Materia: EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN
 Código: UID0600 Materia: UPPER INTERMEDIATE

2. Descripción y objetivos de la materia

La asignatura de Prácticas II permite la aplicación de los conocimientos adquiridos en las distintas materias de ciclos anteriores relacionadas con el Marketing, Comunicación, Marketing Estratégico, Publicidad, etc.

Esta materia está enlazada directamente con las prácticas I de Investigación de Mercado, ya que es indispensable para poder tomar decisiones dentro de los planes de Comercialización, Promoción y Publicidad. Y se enlaza con las prácticas III de Vinculación con la sociedad ya que generan experiencia para poder ayudar a grupos vulnerables.

Es importante porque ayuda al estudiante a tener una vivencia cercana a la realidad de la empresa, enfrentándose a las diferentes actividades que debe desarrollar y aplicando los conocimientos adquiridos durante la carrera.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



4. Contenidos

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

003. Gestiona discursos académicos pertinentes a sus diferentes contextos disciplinares.

Evidencias

-Genera conocimientos a través del desarrollo de la práctica

-null

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
	Nota final		NOTA FINAL	50	Semana: 21 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
El cumplimiento de las responsabilidades asignadas por la organización, el comportamiento decoroso dentro y fuera de la organización que lo acoge, la puntualidad y educación, será los elementos con los cuales se garantiza un exitosa práctica pre-profesional.	Autónomo
La comunicación constante entre el coordinador de las prácticas por parte de la universidad, el/la estudiante y el/la representante de la empresa permitirá el éxito de las prácticas, así como también el establecimiento de buenas relaciones entre la empresa privada y la Universidad.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
La correcta elaboración y presentación del plan de trabajo, el respectivo informe de prácticas, así como toda la documentación que respalde su pasantía, contribuirán a obtener la asignación de la nota de aprobación.	Autónomo
La consolidación del portafolio completo del/de la estudiante con los informes tanto del tutor interno como externo y la demás información. Serán los criterios que permitan otorgar la puntuación final.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
BELCH, GEORGE, BELCH, MICHAEL	Mc Graw Hill Interamericana	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN: PERSPECTIVA DE LA COMUNICACIÓN DE MARKETING INTEGRAL	2005	970-10-4680-3

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **13/09/2022**

Estado: **Aprobado**