

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS
Código: CMN0703
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2022 a Febrero-2023
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

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.

-null

Desglose de evaluación

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

Metodología

Criterios de evaluación

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

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
PRICKEN, MARIO	Gustavo Hill	PUBLICIDAD CREATIVA: IDEAS Y TÉCNICAS DE 2008 LAS MEJORES CAMPAÑAS IN		978 84 2521735 7

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Julian S. Neumann	Alferatz	La ruta de la campaña: Publicidad Estratégica para inexpertos	2021	978-1-7776790-0-2
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: **24/01/2023**

Estado: **Aprobado**