UNIVERSIDAD DEL AZUAY

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-2023 a Julio-2023
Profesor: CASTRO RIVERA MARIA ELENA
Correo electrónico: mcastror@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 desiciones 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	GERENCIA Y ADMINISTRACIÓN
1.2	Bases y tipos de la administración
1.3	Conceptos de empresa
1.4	Emprendimiento
1.5	Organización y modelos de negocios
1.6	Costos y control de calidad
1.7	Política de precios
2	Planificación de medios

2.1	La funciòn de medios en las agencias
2.2	Nuevo turismo, nuevos destinos
2.3	Proceso de trabajo
2.4	Fases de la planificación e importancia de la investigación
2.5	Propuesta de planificación de medios
2.6	Diseño de la táctica de medios
2.7	Redacción, ejecución y seguimeitno del plan de medios
2.8	Evaluación
3	Plan de negocios
3.1	Dirección y toma de desiciones
3.2	Recursos humanos y comunicación efectiva
3.3	Sistemas y tecnologías de la información - comunicación
3.4	Presentación de negocios

5. Sistema de Evaluación

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	capítulo I	GERENCIA Y ADMINISTRACIÓN	APORTE	5	Semana: 6 (17-ABR-23 al 22-ABR-23)
Trabajos prácticos - productos	capítulo I y II	GERENCIA Y ADMINISTRACIÓN, Planificación de medios	APORTE	10	Semana: 12 (29-MAY-23 al 03-JUN-23)
Reactivos	Todos los contenidos	GERENCIA Y ADMINISTRACIÓN, Plan de negocios , Planificación de medios	APORTE	15	Semana: 16 (26-JUN-23 al 01-JUL-23)
Evaluación escrita	todos los in todos los cn Todos los contenidos	GERENCIA Y ADMINISTRACIÓN, Plan de negocios , Planificación de medios	EXAMEN	15	Semana: 17-18 (02-07-2023 al 15-07-2023)
Trabajos prácticos - productos	trabajo práctico	GERENCIA Y ADMINISTRACIÓN, Plan de negocios , Planificación de medios	EXAMEN	5	Semana: 17-18 (02-07-2023 al 15-07-2023)
Reactivos	Todos los contenidos del sìlabo	GERENCIA Y ADMINISTRACIÓN, Plan de negocios , Planificación de medios	SUPLETORIO	20	Semana: 19 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
Aprendizaje Colaborativo: cada vez que se aborde de un tema por parte del docente se ejecutarán ejercicios de aplicación práctica los cuales serán desarrollados de manera colaborativa en grupo y en equipos.	Autónomo
Trabajos Prácticos: durante el desarrollo de la clase y utilizando medios informativos se hará llegar a los estudiantes planteamientos de resolución de trabajos, los cuales deberán ser desarrollados de manera escrita y oral según el caso por los mismos. Charla magistral el docente impartirá sus conocimientos mediante presentaciones audiovisuales que permitan a los estudiantes comprender y captar el contenido y el sentido de aplicación de la materia.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Lecciones escritas se apreciará el procedimiento, el análisis, el criterio analítico, fluidez oral. Se trabajará en análisis de casos, en donde el estudiante aplicará la base teórica, analítica para la resolución de los mismos.	Autónomo
Trabajos individuales, serán presentados en la plataforma de la Universidad del Azuay, se enviará una rúbrica base. Trabajos grupales serán presentados en el aula y se calificarán los criterios de trabajo en equipo, investigación.	Total docencia

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	https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4835719
Hugo Brunetta	CRM, la guía definitiva: estrategia de gerenciamiento de la relación con los clientes	https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/reader.action?docID=5486860

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
PÉREZ LATRE, FRANCISCO	Ariel Comunicación	PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS	2000	9290310
CHIAVENATO, I & SAPIRO, A.	Mc Graw Hill	Planeación Estratégica: Fundamentos y Aplicaciones	2011	
Schnarch Kirberg, A.	Ecoe Ediciones	Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión	2014	9789587711561
JAVIER ALONSO RIVAS / IDELFONSO GRANDE ESTEBAN	Alfaomega	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DECISIONES Y ESTRATEGIAS DE MARKETING	2012	978-84-7356-717-6

Web

Autor	Título	Url
Barquero Cabrero, José Daniel	Comunicación estratégica: relaciones públicas, publicidad y marketing (1a. ed.)	https://elibro.net/es/lc/uazuay/titulos/50306?prev=as

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 03/03/2023

Estado: Aprobado