



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS
Código: CMN0703
Paralelo: A
Periodo : Agosto-2024 a Diciembre-2024
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

1	INTRODUCCIÓN
1.1	Características de una comunicación efectiva
1.2	¿Qué es una campaña?
1.3	Tipos de campaña
2	DIAGNÓSTICO
2.1	Desarrollo de un plan de investigación
2.2	Análisis situacional: compañía y consumidores
2.3	Análisis del producto y la marca
2.4	Análisis competitivo
2.5	Necesidad de información adicional, investigación operacional

3	APROVECHAR LAS OPORTUNIDADES Y ESTABLECER OBJETIVOS
3.1	Búsqueda del valor de marca
3.2	Definición de problemas e identificación de oportunidades
3.3	Definición de objetivos
4	ESTRATEGIA
4.1	Estrategia de producto, precio y empaque
4.2	Estrategia de comunicación
4.3	Financiamiento del programa de comunicación y mercadeo
4.4	Desarrollo del concepto de campaña
5	TÁCTICAS DE MEDIOS
5.1	Establecimiento de la mezcla táctica
5.2	Plan de medios
5.3	Determinación de las tácticas de medios
6	PRODUCCIÓN DE MATERIALES
6.1	Prueba de concepto
6.2	Pre producción de mensajes y materiales
6.3	Validación
6.4	Producción final de materiales
7	LIBRO DE CAMPAÑA Y PRESENTACIÓN
7.1	Libro de campaña
7.2	Presentación de una campaña
8	LANZAMIENTO, CONTROL Y EVALUACIÓN
8.1	Lanzamiento
8.2	Monitoreo, control de cambios
8.3	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.

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

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Cumplimiento de las instrucciones para cada ejercicio. Aplicación de lo revisado en clase o en las lecturas.	Autónomo
Colaboración individual y grupal, cumplimiento de lo solicitado, aplicación de lo visto en clase, buen uso del idioma.	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	2008	978 84 2521735 7

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
tom Poland		Inbound marketing book	2020	
Gallino, S., & Moreno, A.	Springer	Operations in an Omnichannel World.	2019	9783030201197
Marko Sarstedt; Erik Mooi	Springer	A concise guide to market research	2019	2192-4341
Chantel Botha		Customer Journey Mapping	2020	
Belch; Belch; Kerr; Powell; Waller	Mc Grew Hill	Advertising, an integrated marketing communication perspective	2020	9781760422400
Shelle Rose Charvet	Institute for Influence	Words that change minds	2019	978-1-7336703-2-6
Parente, Donald; Strausbaugh-Hutchinson, Kirsten	Cengage Learning	Advertising Campaign Strategy: A Guide to Marketing Communication Plans	2014	978-1133434801
Julian S. Neumann	Alferatz	La ruta de la campaña publicitaria estratégica para inexpertos	2021	978-1-7776790-0-2
Alexandra Vignolles Martin K. J. Waiguny	Springer Gabler / Vol. XII	Advances in Advertising Research	2023	ISBN 978-3-658-40429-1
Samuel Mateus (Editor)	Cambridge Scholars Publishing	Media Rhetoric: How advertising and digital media influence us	2021	1-5275-6779-6
Jonah Berger	Simon and Schuster	The Catalyst. How to change anyone's mind	2020	
Kerin Roger A., Hartley Steven W.	McGrall Hill México	Marketing	2023	978-1-265-11194-6
Jarboe, G., Bailey, M., Stebbins, M.	Wiley	Digital Marketing Fundamentals	2023	9781119894605

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **30/07/2024**

Estado: **Aprobado**