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 :** Febrero-2025 a Junio-2025
**Profesor:** SERRANO CORDERO JULIA CATALINA
**Correo electrónico:** cserrano@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 | Fundamentos de la Gerencia de Agencias |
| 1.1 | Definición y tipos de agencias de comunicación y publicidad |
| 1.2 | Principios básicos de administración y liderazgo en agencias. |
| 1.3 | Estructura organizativa y roles dentro de una agencia. |
| 1.4 | Aspectos legales para la constitución de una agencia en Ecuador |
| 2 | Gestión Financiera y Obligaciones Fiscales |
| 2.1 | Costos fijos y variables en la operación de una agencia |
| 2.2 | Presupuestación y control financiero |

| | |
|---|---|
| 2.3 | Amortización de equipos y planificación de inversiones |
| 2.4 | Obligaciones fiscales y tributarias en Ecuador (RUC, IVA, retenciones, impuestos municipales). |
| 2.5 | Contratación de personal y cumplimiento de normativas laborales |
| 3 | Dirección Estratégica y Modelos de Negocio |
| 3.1 | Propuesta de valor en la industria de la comunicación comercial. |
| 3.2 | Modelos de negocio y diferenciación en el mercado. |
| 3.3 | Negociación y dirección de medios (tradicionales y digitales). |
| 3.4 | Gestión de talento y liderazgo en equipos creativos. |
| 3.5 | Ética y normativas publicitarias en Ecuador |
| 4 | Fundamentos de la Planificación de Medios |
| 4.1 | Introducción a la planificación de medios: objetivos y estrategias. |
| 4.2 | Tipos de medios: medios off-line y medios on-line |
| 4.3 | Segmentación de audiencias y comportamiento del consumidor |
| 5 | Definición del Presupuesto en Medios |
| 5.1 | Métodos de asignación del presupuesto publicitario. |
| 5.2 | Factores que influyen en la inversión en medios. |
| 5.3 | Modelos de compra de pauta (CPM, CPC, CPA, CPV). |
| 5.4 | Herramientas para la distribución eficiente del presupuesto |
| 6 | Contratación y Pautaje en los Medios |
| 6.1 | Proceso de negociación con medios y centrales de compra. |
| 6.2 | Formatos publicitarios y tarifas en medios tradicionales y digitales. |
| 6.3 | Planificación de calendario de pauta (timing y frecuencia). |
| 6.4 | Uso de herramientas y plataformas de compra programática |
| 7 | Evaluación de Resultados Post Campaña |
| 7.1 | KPI's y métricas clave en la medición de campañas. |
| 7.2 | Herramientas de análisis y monitoreo de desempeño en medios. |
| 7.3 | Evaluación de ROI y ROAS en estrategias de medios. |
| 7.4 | Ajustes y optimización en campañas futuras |

## 5. Sistema de Evaluación

### Desglose de evaluación

| Evidencia | Descripción | Contenidos sílabo a evaluar | Aporte | Calificación | Semana |
|---|---|---|---|---|---|
| Resolución de ejercicios, casos y otros | evaluaciones combinadas | Fundamentos de la Gerencia de Agencias, Gestión Financiera y Obligaciones Fiscales | APORTE | 10 | Semana: 4 (10/03/2025 al 15/03/2025) |
| Resolución de ejercicios, casos y otros | diferentes metodologías | Dirección Estratégica y Modelos de Negocio, Fundamentos de la Planificación de Medios | APORTE | 10 | Semana: 8 (07/04/2025 al 12/04/2025) |
| Resolución de ejercicios, casos y otros | diferentes tareas y evaluaciones | Contratación y Pautaje en los Medios, Definición del Presupuesto en Medios, Evaluación de Resultados Post Campaña | APORTE | 10 | Semana: 12 (05/05/2025 al 10/05/2025) |
| Trabajos prácticos - productos | A lo largo del semestre los estudiantes desarrollarán su propuesta para la creación de una agencia de comunicación | Contratación y Pautaje en los Medios, Definición del Presupuesto en Medios, Dirección Estratégica y Modelos de Negocio, Evaluación de Resultados Post Campaña, Fundamentos de la Gerencia de Agencias, Fundamentos de la Planificación de Medios, Gestión Financiera y Obligaciones Fiscales | EXAMEN | 20 | Semana: 16 (02/06/2025 al 07/06/2025) |
| Trabajos prácticos - productos | A lo largo del semestre los estudiantes desarrollarán su propuesta para la creación de una agencia de comunicación | Contratación y Pautaje en los Medios, Definición del Presupuesto en Medios, Dirección Estratégica y Modelos de Negocio, Evaluación de Resultados Post Campaña, Fundamentos de la Gerencia de Agencias, Fundamentos de la Planificación de Medios, Gestión Financiera y Obligaciones Fiscales | SUPLETORIO | 20 | Semana: 19-20 ( al ) |

### Metodología

| Descripción | Tipo horas |
|---|---|
| Los estudiantes deberán seleccionar una agencia de publicidad local con la que trabajarán durante el semestre para validar y aplicar conocimientos | Autónomo |
| 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 |
|---|---|
| Trabajos individuales, serán presentados en la plataforma de la Universidad del Azuay, se enviará una rúbrica base.<br>Trabajos grupales serán presentados en el aula y se calificarán los criterios de trabajo en equipo, investigación.<br><br>Lecciones escritas se apreciará el procedimiento, el análisis, el criterio analítico, fluidez oral.<br><br>Se trabajará en análisis de casos, en donde el estudiante aplicará la base teórica, analítica para la resolución de los mismos.<br><br>Presentaciones | 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 | 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 |
|---|---|---|---|---|
| Bueno López Alberto | ANAYA multimedia | Agencia de marketing digital | 2023 | 9788441548077 |

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 09/02/2025

Estado: Aprobado