



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

### 1. Datos generales

**Materia:** PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN  
**Código:** FAD0240  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Septiembre-2016 a Febrero-2017  
**Profesor:** VERA REINO JOSE LEONARDO  
**Correo electrónico:** jvera@uazuay.edu.ec

**Nivel:** 7

#### Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

### Prerrequisitos:

Código: FAD0137 Materia: PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR

### 2. Descripción y objetivos de la materia

El enfoque está orientado a poner en contacto a la empresa con su mercado, creando con ellos un vínculo a largo plazo mediante todas las herramientas técnicas que permiten crear valor de mercado y entablar con el cliente una relación de mutuo beneficio y aprendizaje que, de hecho, irá mucho más allá de una simple relación comercial. Ahora, el lograr este complejo objetivo, requerirá el desarrollar una serie de áreas de campos de gestión de mercado que irán desde el sutil análisis psicológico del cliente (sus expectativas, necesidades, metas y anhelos), pasando por un análisis cuidadoso de la colocación del mensaje y exhibición del producto, hasta el planteamiento técnico de un modelo serio y concreto que permita conocer los efectos cuantitativos de cada decisión comunicacional y promocional.

El presente curso pretende, como parte del proceso de formación de un Ingeniero en la disciplina de Marketing, aportar un punto de vista que permita comprender mejor algunas de las actividades mercadológicas en el área de la comunicación, aquellas que permiten crear el vínculo de la empresa con sus clientes, stakeholders y entorno en general.

Así, el desarrollo de campo promocional será una suma ecléctica de herramientas recogidas desde diversos ámbitos que, actuando juntos, podrán configurar una de las herramientas más útiles y poderosas con las que la organización cuenta para buscar el liderazgo y permanencia en el mercado y el entorno.

### 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

Evidencias

au. Aplicar de forma óptima las tecnologías de Información y Comunicación vinculadas al área.

-El estudiante tendrá la capacidad de realizar Gerencia de Mercado, Ventas, Producto, Proveedores y Canales de Distribución a partir de la gestión eficiente de su Comunicación de Marketing.

-Evaluación escrita  
-Proyectos  
-Trabajos prácticos - productos

av. Trabajar eficientemente a nivel de Redes Sociales y la tecnología móvil.

-El estudiante aplicará modelos de análisis del comportamiento del consumidor para fines de Publicidad y Promoción

-Evaluación escrita  
-Proyectos  
-Trabajos prácticos - productos

bc. Aplicar los modelos de Análisis Psicológico del comportamiento del consumidor.

## Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

### Resultado de aprendizaje de la materia

-El estudiante podrá desarrollar acciones de comunicación de marketing adecuadamente en base al perfil de cada segmento de mercado.

### Evidencias

-Evaluación escrita  
-Proyectos  
-Trabajos prácticos - productos

### be. Manejar la Comunicación, Publicidad, Marca, Merchandising, Relaciones Públicas e Imagen Corporativa.

-El estudiante podrá desarrollar acciones de comunicación de marketing adecuadamente en base al perfil de cada segmento de mercado.

-Evaluación escrita  
-Proyectos  
-Trabajos prácticos - productos

### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Capitulo 1, 2		APORTE 1	5	Semana: 5 (10-OCT-16 al 15-OCT-16)
Trabajos prácticos - productos	Capitulo 2		APORTE 1	5	Semana: 5 (10-OCT-16 al 15-OCT-16)
Evaluación escrita	Capitulo 3, 4		APORTE 2	5	Semana: 10 (14-NOV-16 al 19-NOV-16)
Trabajos prácticos - productos	Capitulo 3,4		APORTE 2	5	Semana: 10 (14-NOV-16 al 19-NOV-16)
Evaluación escrita	Capitulo 5,6		APORTE 3	5	Semana: 15 (19-DIC-16 al 23-DIC-16)
Evaluación escrita	Capítulos 5,6		APORTE 3	5	Semana: 15 (19-DIC-16 al 23-DIC-16)
Proyectos	Todos los Capítulos del Sílabo		EXAMEN	20	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Evaluación escrita	Se evaluará todo el contenido de la materia	COMUNICACIÓN CON MEDIOS DIGITALES & ON LINE, COMUNICACIÓN CON TECNICAS ATL, COMUNICACIÓN CON TECNICAS BTL, ESTRATEGIA CREATIVA, INTRODUCCION A LAS COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARKETING, MEDICION DE LA EFICACIA DE LA PUBLICIDAD	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)

### Metodología

### Criterios de evaluación

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
GEORGE BELCH & MICHAEL BELCH	Mc Graw Hill	PUBLICIDAD & PROMOCIÓN	2004	NO INDICA
KOTLER, PHILIP	Pearson	DIRECCIÓN DE MARKETING	2001	97-884-8322-2089
LÓPEZ LÓPEZ, HUMBERTO	CIESPAL	EL LOBBY, COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LAS ORGANIZACIONES	2006	NO INDICA

#### Web

Autor	Título	Url
Estrategias De Marketing & Comunicación	La Revista Del Marketing Directo, Mkt Promocional, Eventos Y No Convencionales	<a href="http://www.estrategias.com">http://www.estrategias.com</a>
Publicidad & Mercadeo Colombia	Revista P&M	<a href="http://www.revistapy.com.co">http://www.revistapy.com.co</a>

#### Software

Revista

---

Bibliografía de apoyo  
Libros

---

Web

---

Software

---

Revista

---

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **09/08/2016**

Estado: **Aprobado**