



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos generales

Materia: MARKETING SOCIAL
Código: FLC0251
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2016 a Febrero-2017
Profesor: VINTIMILLA ORDOÑEZ MARIA ISABEL
Correo electrónico: mivintimilla@uazuay.edu.ec

Nivel: 5

Distribución de horas.

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

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

En primera instancia el estudiante conocerá los conceptos y las estrategias que utiliza la Educomunicación para comprender cómo los medios de comunicación de masas pueden ser poderosos instrumentos de educación en salud, medio ambiente, cultura. En segunda instancia el estudiante conocerá y aplicará un plan de marketing social para empresas y así comprenderá la sincronización de la Educomunicación y el Marketing Corporativo.

Materia teórico práctica en la que el estudiante conocerá y comprenderá cómo lograr cambios conductuales o comportamentales en grupos numerosos de personas a través de planes de educomunicación y a través de planes estratégicos de marketing social, siempre con la filosofía ganar - ganar.

El marketing social es imprescindible para la formación integral del comunicador que podrá articular la materia con las demás vistas en la carrera, tales como comportamiento del consumidor, mercadeo, planificación de proyectos, campañas.

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

az. Emplea la educomunicación en planes estratégicos de marketing social.

Evidencias

-Aplica herramientas para un análisis de las problemáticas sociales y conoce cómo realizar un plan de Educomunicación y Marketing Social.

-Evaluación escrita
-Reactivos
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos - productos

-Reconoce problemas de nuestra sociedad y establece cómo la educomunicación y el marketing social pueden intervenir en el cambio de actitudes y comportamientos para una mejor calidad de vida.

-Evaluación escrita
-Reactivos
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Conocimiento de las aplicaciones de herramientas de educomunicación		APORTE 2	5	
Resolución de ejercicios, casos y otros	Correcta aplicación de los conceptos en trabajos prácticos		APORTE 2	5	
Trabajos prácticos - productos	Conocimiento de las diferentes técnicas de persuasión		APORTE 3	10	Semana: 14 (12-DIC-16 al 17-DIC-16)
Evaluación escrita	Conocimiento de los diferentes campos relacionados con la educomunicación		APORTE 3	10	
Trabajos prácticos - productos	Aplicación de los conceptos y herramientas de la Educomunicación a trabajos reales		EXAMEN	20	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Reactivos	Todos los capítulos		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
CAVAZOS ARROYO JUDITH Y ANTONIO CARLOS GIULIANI	UPAEP	APLICACIONES DE MARKETING (UNA VISIÓN EN BRASIL Y MÉXICO)	2010	978 607 95186 9 1
GIULIANI, ANTONIO CARLOS Y MARÍA ALEJANDRA PONCE MORALES	UMAD UNIMEP	MARKETING CONTEMPORÁNEO: UN ENFOQUE LATINOAMERICANO (APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS EN BRASIL Y MÉXICO)	2009	978 607 754307 7
KOTLER, PHILIP Y ARMSTRONG, GARY.	Pearson	MARKETING, VERSIÓN PARA LATINOAMÉRICA	2007	978 970 26 0770 0
PRIETO CASTILLO DANIEL	Universidad del Azuay	CARTAS A ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN	1993	NO INDICA

Web

Autor	Título	Url
Recio Menéndez, Manuel Y Ebrary Márketing Con Causa Ángel Ortiz Sanchez.		http://site.ebrary.com/lib/uasuyasp/docDetail.action?docID=10062458&p00=marketing+social
Recio Menéndez, Manuel	Ebrary Marketing Con Causa: Entre La Filantropía Y El Beneficio Empresarial	http://site.ebrary.com/lib/uasuyasp/docDetail.action?docID=10064017&p00=marketing%20social
Martínez, Juan Luis Y David Allen.	Ebrary El Márketing Social De La Táctica A La Estrategia	http://site.ebrary.com/lib/uasuyasp/docDetail.action?docID=10063237&p00=marketing

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
VICTORINO ZECCHETTO	Abya-Yala	EDUCOMUNICACIÓN	2011	9789942090096
ROBERTO APARICI	Gedisa	EDUCACOMUNICACIÓN: MÁS ALLÁ DEL 2.0	2010	9788497846059

Web

Software

Autor	Título	Url	Versión
No Indica	No Indica	NO INDICA	NO INDICA

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **05/09/2016**

Estado: **Aprobado**