



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 3 INTERIORES Y GRÁFICO
Código: FDI0112
Paralelo: B
Periodo : Septiembre-2016 a Febrero-2017
Profesor: LEON ORDOÑEZ PAOLA ANDREA
Correo electrónico: paleon@uazuay.edu.ec

Nivel: 7

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
2				2

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Identificar las principales herramientas de un Plan de Comunicaciones Integradas de Marketing y esbozar un plan básico orientado un proyecto de Diseño Gráfico.

Esta es una asignatura teórica que aborda con mayor profundidad dentro del marketing mix, las estrategias de promoción y comunicación.

Esta asignatura se articula con los Talleres, dando información preliminar y estrategias, para que la toma de decisiones en los proyectos de Diseño, sean acordes a las necesidades del contexto.

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

at. Encontrar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.

-Identificar las principales herramientas de un Plan de Comunicaciones Integradas de Marketing y esbozar un plan básico orientado un proyecto de Diseño Gráfico.

-Investigaciones
 -Reactivos
 -Trabajos prácticos - productos

au. Contrastar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.

-Identificar las principales herramientas de un Plan de Comunicaciones Integradas de Marketing y esbozar un plan básico orientado un proyecto de Diseño Gráfico.

-Investigaciones
 -Reactivos
 -Trabajos prácticos - productos

av. Utilizar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.

-Identificar las principales herramientas de un Plan de Comunicaciones Integradas de Marketing y esbozar un plan básico orientado un proyecto de Diseño Gráfico.

-Investigaciones
 -Reactivos
 -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Evaluación en base a reactivos		APORTE 1	5	Semana: 5 (10-OCT-16 al 15-OCT-16)
Reactivos	PARTE DEL CAPITULO 2		APORTE 2	5	Semana: 10 (14-NOV-16 al 19-NOV-16)
Trabajos prácticos - productos	TRABAJOS DENTRO Y FUERA DEL AULA		APORTE 2	5	Semana: 10 (14-NOV-16 al 19-NOV-16)
Trabajos prácticos - productos	TRABAJOS DENTRO Y FUERA DEL AULA		APORTE 3	3	Semana: 13 (05-DIC-16 al 10-DIC-16)
Investigaciones	Trabajo escrito y exposición oral		APORTE 3	4	Semana: 14 (12-DIC-16 al 17-DIC-16)
Reactivos	Evaluación en base a Reactivos		APORTE 3	8	Semana: 15 (19-DIC-16 al 23-DIC-16)
Reactivos	Examen en base a reactivos		EXAMEN	10	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Trabajos prácticos - productos	Exposición final tipo feria		EXAMEN	10	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Reactivos	Examen en base a Reactivos		SUPLETORIO	10	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)
Trabajos prácticos - productos	Exposición tipo feria (parte fija del examen)		SUPLETORIO	10	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)

Metodología

Criterios de evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KOTLER, P. & ARMSTRONG, G.	Pearson	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2008	NO INDICA
LANCASTER G. & REYNOLDS P	Institute of Management Foundation	MARKETING	2002	870829902
SMITH, P.R. & TAYLOR J.	Koga Page Limited	MARKETING COMMUNICATIONS	2004	749442654
WELLS, MORIARTY & BURNETT	Prentice Hall	PUBLICIDAD: PRINCIPIOS Y PRÁCTICA	2007	NO INDICA

Web

Autor	Título	Url
Philip Kotler Y Gary Armstrong	Repositorio Espe	http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/5/T-ESPE-021513-5.pdf
Gustavo Alonso	Gestiopolis	http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar1/mktpubyventas.htm
Carlos Mora	Gestiopolis	http://www.gestiopolis.com/marketing/marketing-viral-conocimiento-del-cliente.htm

Software

Autor	Título	Url	Versión
W. Chan Kim y Renee Mauborgne	La Estrategia del Oceano Azul	www.sparknotes.com	

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
JOHN MARIOTTI	McGraw-Hill	LO FUNDAMENTAL Y LO MÁS EFECTIVO ACERCA DEL MARKETING	2001	958-41-0145-5 -958-41-025
KOTLER, P. & ARMSTRONG, G.	Pearson	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2013	978-6-07-321722-4

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **04/09/2016**

Estado: **Aprobado**