



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA LICENCIATURA EN ARTE TEATRAL

1. Datos generales

Materia: DESARROLLO, GESTIÓN, ADMINISTRACIÓN DE
Código: FDI0309
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2016 a Febrero-2017
Profesor: ALARCON MORALES JHONN MANUEL
Correo electrónico: jalarcon@uazuay.edu.ec

Nivel: 7

Distribución de horas.

| Docencia | Práctico | Autónomo: 0 | | Total horas |
|----------|----------|----------------------|----------|-------------|
| | | Sistemas de tutorías | Autónomo | |
| 3 | | | | 3 |

Prerrequisitos:

Código: FDI0301 Materia: DIRECCIÓN IV

2. Descripción y objetivos de la materia

Esta materia es de carácter teórico práctica, abordará los elementos técnicos y conceptuales del marketing teatral y cultural aplicados a la gestión escénica.

Contribuirá para que el estudiante pueda vincular sus proyectos culturales o teatrales con el contexto comercial. Además de adquirir las herramientas para difundir y promocionar obras de teatro o eventos culturales para generar nuevos públicos y audiencias.

Se articula con las materias de DGA de Proyectos del 1 al 4 y demás materias relacionadas con la gestión teatral.

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

ao. Sustentar una propuesta pertinente que sea factible en el contexto local.

-Aplicar los factores que determinan las estrategias de marketing para llegar a la satisfacción de las necesidades del mercado meta.

-Informes
-Proyectos
-Reactivos

-Reconocer la vinculación entre marketing y el teatro

-Informes
-Proyectos
-Reactivos

aq. Plantear una investigación o un proyecto teatral.

-Identificar los factores que determinan las estrategias de marketing para llegar a la satisfacción de las necesidades del proyecto.

-Informes
-Proyectos
-Reactivos

-Reconocer la vinculación entre marketing y el teatro

-Informes
-Proyectos
-Reactivos

Desglose de evaluación

| Evidencia | Descripción | Contenidos sílabo a evaluar | Aporte | Calificación | Semana |
|-----------|---|--|------------|--------------|--|
| Reactivos | Definición y conceptos de marketing teatral | Definición y Conceptos de Marketing Teatral | APORTE 1 | 5 | Semana: 5 (10-OCT-16 al 15-OCT-16) |
| Informes | Producto y Precio / Posicionamiento | El precio, El producto | APORTE 2 | 10 | Semana: 10 (14-NOV-16 al 19-NOV-16) |
| Informes | Canales de Distribución | La distribución | APORTE 3 | 7 | Semana: 13 (05-DIC-16 al 10-DIC-16) |
| Informes | Estrategias de promoción de teatro | La promoción o la mezcla de comunicación | APORTE 3 | 8 | Semana: 15 (19-DIC-16 al 23-DIC-16) |
| Informes | Examen en base a reactivos | Definición y Conceptos de Marketing Teatral, El precio, El producto, La distribución, La identidad, imagen y posicionamiento, La promoción o la mezcla de comunicación | EXAMEN | 10 | Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017) |
| Proyectos | Desarrollo de un plan de marketing teatral | Definición y Conceptos de Marketing Teatral, El precio, El producto, La distribución, La identidad, imagen y posicionamiento, La promoción o la mezcla de comunicación | EXAMEN | 10 | Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017) |
| Informes | Trabajo de investigación sobre marketing teatral | Definición y Conceptos de Marketing Teatral, El precio, El producto, La distribución, La identidad, imagen y posicionamiento, La promoción o la mezcla de comunicación | SUPLETORIO | 10 | Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017) |
| Proyectos | Calificación fija sobre 10 punto de plan de marketing | Definición y Conceptos de Marketing Teatral, El precio, El producto, La distribución, La identidad, imagen y posicionamiento, La promoción o la mezcla de comunicación | 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 |
|---------------|-----------|------------------------|------|-------------------|
| PHILIP KOTLER | pearson | DIRECCIÓN DE MARKETING | 2012 | 978-6-07-321245-8 |

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

| Autor | Editorial | Título | Año | ISBN |
|-------------------------------|---------------------|--|------|-----------|
| SELLAS, JORDI / COLOMER JAUME | Bissap Consulting | MARKETING DE LAS ARTES ESCÉNICAS CREACIÓN Y DESARROLLO DE PÚBLICOS | 2009 | NO INDICA |
| AMAYA, CRISTINA | Miami Studio Design | MERCADOTECNIA PARA PROYECTOS | 2010 | NO INDICA |

Autor Editorial Título Año ISBN

ARTÍSTICOS

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **07/09/2016**

Estado: **Aprobado**