



## 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-2018 a Febrero-2019  
**Profesor:** CASTRO RIVERA MARIA ELENA  
**Correo electrónico:** mcastror@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

1.1	Conceptos y tipos de proyectos
1.1	Qué es comunicación
1.2	Ciclo de vida de un proyecto
1.2	La mezcla de comunicación
1.3	Estructura de un proyecto
2.1	Publicidad
2.1	Selección del Proyecto
2.2	Procesos que intervienen en la ejecución del proyecto (Planificación)
2.2	Promoción de ventas
2.3	Asignación y vincuación del recurso humano al proyecto
2.3	Relaciones públicas
2.4	Administración de los recursos y el presupuesto
2.4	Ventas personales

2.5	Marketing directo
2.6	Otros: Marketing Interno, Externo e Interactivo
3.1	Fases de la planificación de la Comunicación
3.1	Gestión del Riesgo
3.2	Modelo de la Administración de Riesgos
3.2	Planificación y desarrollo de la campaña
3.3	Conclusiones
4.1	Marketing social
4.1	Planeación de la Calidad
4.2	Aseguramiento de la Calidad
4.2	Marketing sensorial
4.3	Control de la Calidad

## 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.

-Evaluación escrita  
-Investigaciones  
-Proyectos  
-Reactivos

**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.

-Evaluación escrita  
-Investigaciones  
-Proyectos  
-Reactivos

**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.

-Evaluación escrita  
-Investigaciones  
-Proyectos  
-Reactivos

## Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Primera prueba escrita en base a reactivos	La comunicación en el marketing	APORTE 1	5	Semana: 4 (09-OCT-18 al 13-OCT-18)
Reactivos	Segunda prueba escrita en base a reactivos	La comunicación en el marketing	APORTE 2	5	Semana: 8 (05-NOV-18 al 10-NOV-18)
Investigaciones	Investigación sobre estrategia de CIM de una empresa del medio	Comunicaciones integradas de marketing	APORTE 2	5	Semana: 9 (12-NOV-18 al 14-NOV-18)
Proyectos	Plan de CIM de ideas de negocio o emprendimientos propios	Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	APORTE 3	10	Semana: 13 (10-DIC-18 al 14-DIC-18)
Investigaciones	Investigación sobre marketing social y emocional	Otros tipos de marketing	APORTE 3	5	Semana: 15 ( al )
Proyectos	Plan de CIM final	Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	EXAMEN	10	Semana: 19-20 (20-01-2019 al 26-01-2019)
Reactivos	Examen teoría reactivos	Comunicaciones integradas de marketing, La comunicación en el marketing, Otros tipos de marketing, Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	EXAMEN	10	Semana: 19-20 (20-01-2019 al 26-01-2019)
Evaluación escrita	Examen escrito en base a reactivos y preguntas abiertas	Comunicaciones integradas de marketing, La comunicación en el marketing, Otros tipos de marketing, Plan de Comunicaciones Integradas de marketing	SUPLETORIO	20	Semana: 21 ( al )

## 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	<a href="http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/5/T-ESPE-021513-5.pdf">http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/5/T-ESPE-021513-5.pdf</a>
Gustavo Alonso	Gestiopolis	<a href="http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar1/mktpubyventas.htm">http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar1/mktpubyventas.htm</a>
Carlos Mora	Gestiopolis	<a href="http://www.gestiopolis.com/marketing/marketing-viral-conocimiento-del-cliente.htm">http://www.gestiopolis.com/marketing/marketing-viral-conocimiento-del-cliente.htm</a>

#### Software

Autor	Título	Url	Versión
W. Chan Kim y Renee Mauborgne	La Estrategia del Oceano Azul	<a href="http://www.sparknotes.com">www.sparknotes.com</a>	

#### Revista

## Bibliografía de apoyo

### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
IDELFONSO GRANDE ESTEBAN	Alfaomega	MARKETING DE LOS SERVICIOS	2012	978-84-7356-857-9
José Luis Munuera Alemán Ana Isabel Rodríguez Escudero	Hesic Business Marketing School	Estrategias de Marketing, un enfoque basado en el proceso de dirección.	2015	978-84-7356-819-7
Ricardo Hoyos Ballesteros	ECOEd Ediciones	Branding, el arte de marcar corazones	2016	978-958-771-306-0

### Web

Autor	Título	Url
Navas, Juan Sebastián Gómez 1 ; González, Javiera Salinas 2	COMUNICACIÓN INTEGRAL EN CONSTRUCCIÓN DE MARCAS CIUDAD: APORTES, TENSIONES Y DESAFÍOS	<a href="https://search.proquest.com/docview/2002918326?accountid=36552">https://search.proquest.com/docview/2002918326?accountid=36552</a>

### Software

### Revista

\_\_\_\_\_  
Docente

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

Fecha aprobación: **14/09/2018**

Estado: **Aprobado**