

SYLLABUS DE COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES

SILABO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

I. INFORMACION GENERAL:

| | | |
|-------------------------|---|--|
| Carrera Profesional | : | Marketing |
| Modulo | : | Gestión de Estrategias de Comercialización |
| Unidad Didáctica | : | Campañas Publicitarias |
| Créditos | : | 3 |
| Semestre | : | VI |
| Nº de Horas Semanales | : | 04 |
| Nº de Horas Semestrales | : | 72 |

II. COMPETENCIA DE LA CARRERA PROFESIONAL:

Al concluir el curso, el alumno estará en capacidad de ejecutar campañas publicitarias eficientes, ya sea en beneficio de un cliente o de la sociedad en general.

III. CAPACIDAD TERMINALES Y CRITERIOS DE EVALUACION:

| Capacidad Terminal: | Criterios de Evaluación |
|---|---|
| Aplicar con exitosamente una campaña publicitaria de productos tangibles o intangibles. | <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar con exitosamente una campaña publicitaria de servicios. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar con exitosamente una campaña de marketing social o con fines no lucrativos. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar con exitosamente una campaña de marketing político |

SYLLABUS DE COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES
IV. ORGANIZACION DE ACTIVIDADES Y CONTENIDOS BASICOS:

| UNIDAD Y SU OBJETIVO | SEMANA | TEMAS |
|--|--------|---|
| UNIDAD I: PUBLICIDAD PARA PRODUCTOS MASIVOS Objetivo Desarrollar estrategias y conceptos para productos de consumo masivo. Duración: 4 semanas | 1-4 | <ul style="list-style-type: none"> Publicidad ATL / BTL. Medios actuales. Evolución del consumidor frente a la comunicación Publicitaria. T1: EVALUACION Y DESARROLLO DE ESTRATEGIA PERSONAL CONCOMPETENCIAS (INDIVIDUAL) T2: DESARROLLO DE CAMPAÑA DE PRODUCTOS MASIVOS |
| UNIDAD II: PUBLICIDAD PARA PRODUCTOS SELECTIVOS Objetivo Desarrollar estrategias y conceptos para productos de consumo masivo. Duración: 4 semanas | 5-8 | <ul style="list-style-type: none"> Marketing directo Material de apoyo de ventas E-commerce T3: DESARROLLO DE CAMPAÑA PARA PRODUCTOS SELECTIVOS |
| | 9 | <ul style="list-style-type: none"> Examen parcial |
| UNIDAD III: DESARROLLO DE CAMPAÑAS SOCIALES Objetivo Desarrollar estrategias y conceptos para campañas sociales. Duración: 4 semanas | 10-13 | <ul style="list-style-type: none"> El individuo frente a las necesidades de los demás Sensibilización La necesidad de ayudar Imagen de empresa / persona que ayuda T4: DESARROLLO DE CAMPAÑA PARA PRODUCTOS SELECTIVOS |
| UNIDAD III: PROPAGANDA Objetivo Desarrollar estrategias y conceptos para campañas políticas y religiosas. Duración: 3 semanas | 14-16 | <ul style="list-style-type: none"> Propagación de ideas Pensamiento / Ideología MKT Político MKT Religioso T5: DESARROLLO DE CAMPAÑA POLITICA O RELIGIOSA |
| | 17 | <ul style="list-style-type: none"> Examen final Sustentación final del proyecto |

V. METODOLOGIA:

Para el desarrollo de las actividades de aprendizaje, se hará uso de la metodología activa. Los procedimientos didácticos a emplearse son los siguientes:

- Clases Teóricas: Con exposición por parte del profesor y la participación del alumno
- Práctica: Se irán resolviendo casos de estudio empresarial y/o prácticas dirigidas, según el tema teórico tratado.
- Asesoría: Se asesorará la resolución apropiada de los casos de estudio empresarial y/o prácticas dirigidas.
- La Comunicación entre Docente y estudiante en la modalidad virtual será: SINCRONA y ASINCRONA.

Para la primera se utilizara las sgtes herramientas digitales:

- a) Plataforma Google Classroom
- b) Correo Electronico Corporativo
- c) Mensajes via gupos Whatsapp de U.D

SYLLABUS DE COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES

d) Formulacion en linea mediante el aplicativo Google Forms.

VI. EVALUACIÓN

Requisitos de aprobación:

- La escala de calificación es vigesimal y el calificativo mínimo es de Trece (13). En todos los casos la fracción 0.5 o más se considera como una unidad a favor del estudiantes.
- El estudiante que en la evaluación de una o más Capacidades Terminales programadas en la Unidad Didáctica (Asignatura), obtenga nota desaprobatoria entre Diez (10) y Doce (12), tiene derecho a participar en el proceso de recuperación antes de la culminación de la Unidad Didáctica.
- El estudiante que después de realizado el proceso de recuperación dentro de las 18 semanas obtuviera nota menor a Trece (13) desapruaba la misma, por tanto repite la unidad didáctica.
- El estudiante que acumulara inasistencias, injustificadas en número igual o mayor al 30% del total de horas programadas en la Unidad Didáctica será desaprobado en forma automática con nota cero (00).

Obtención del promedio:

$$\text{PRM UD} = \frac{\text{CE1} + \text{CE2} + \dots + \text{CE}_n}{n}$$

CE = Criterio de Evaluación
CT = Capacidad Terminal
UD = Unidad Didáctica

VII. RECURSOS BIBLIOGRAFICOS/INTERNET

7.1 Bibliografía:

1. 659.1/M12C
CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EXITOSAS
Lasker, Albert Davis
2. 741.674/M95
CÓMO DISEÑAR MARCAS Y LOGOTIPOS
Murphy, John – Rowe, Michael
3. 659.1/M12PU
CÓMO LLEGAR A SER PUBLICISTA
Webb Young, James

Carabayllo, Agosto del 2017