



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Gestión de Empresas de Comunicación
CÓDIGO	:	DG111
CICLO	:	201901
CUERPO ACADÉMICO	:	Aguinaga Urteaga, Ricardo Javier
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	16
HORAS	:	3 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Diseño Profesional Grafico

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

Descripción:

Gestión de Empresas de Comunicación es un curso electivo de la especialidad en la carrera de Diseño Profesional Gráfico, de carácter teórico práctico, dirigido a los estudiantes del décimo ciclo, en el cual los estudiantes experimentan la creación y gestión de su propio estudio de comunicación visual.

Propósito:

El curso está diseñado para que el estudiante conozca los modelos y estructuras de negocios en las diferentes empresas de comunicación y pueda gestionar su propio negocio bajo una visión estratégica y de emprendimiento.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso el estudiante gestiona empresas de comunicación aplicando, de forma asertiva, las técnicas y estrategias de manejo de empresas de comunicación.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 Actualidad y empresas de comunicación
LOGRO Al finalizar la unidad el estudiante identifica las empresas de comunicación en la actualidad.
TEMARIO

SEMANA 1

Presentación del curso

La comunicación en las empresas

Actividades de Aprendizaje: Presentación de casos y reflexión.

Bibliografía: BLANK Steve,Dorf, Bob,; MIGUEL, José Antonio de, y GARCÍA ÁLVAREZ, Javier (2015) El manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona : Gestión 2000. (658.11 BLAN)

Horas / Semanas: 3 horas / Semana 1

SEMANA 2

Las empresas de comunicación

Historia

Actividades de Aprendizaje: Presentación de video.

Bibliografía: BLANK Steve,Dorf, Bob,; MIGUEL, José Antonio de, y GARCÍA ÁLVAREZ, Javier (2015) El manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona : Gestión 2000. (658.11 BLAN)

Horas / Semanas: 3 horas / Semana 2

SEMANA 3

La Agencia

Departamentos en las agencias

Actividades de Aprendizaje: Caso práctico en equipo.

Bibliografía: BLANK Steve,Dorf, Bob,; MIGUEL, José Antonio de, y GARCÍA ÁLVAREZ, Javier (2015) El manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona : Gestión 2000. (658.11 BLAN)

Horas / Semanas: 3 horas / Semana 3

HORA(S) / SEMANA(S)

9/3

UNIDAD N°: 2 Estrategias de comunicación

LOGRO

Al finalizar la unidad el estudiante comprende el uso de tácticas y estrategias en la comunicación.

TEMARIO

SEMANA 4

La dirección estratégica

Tipos de compañías

principios de Hammel

Actividades de Aprendizaje: Ejercicio de diferenciación entre tipos de compañías en equipos de trabajo.

Bibliografía: BLANK Steve,Dorf, Bob,; MIGUEL, José Antonio de, y GARCÍA ÁLVAREZ, Javier (2015) El manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona : Gestión 2000. (658.11 BLAN)

Horas / Semanas: 3 horas / Semana 4

SEMANA 5

Dirección estratégica en distintos tipos de compañías

Evidencia de Aprendizaje: TB1 Trabajo grupal crear un plan estratégico básico.

BLANK Steve,Dorf, Bob,; MIGUEL, José Antonio de, y GARCÍA ÁLVAREZ, Javier (2015) El manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona : Gestión 2000. (658.11 BLAN)

Horas / Semanas: 3 horas / Semana 5

SEMANA 6

Toma de decisiones del consumidor

Actividades de Aprendizaje: Presentación de ejemplos y reflexión de cierre.

BLANK Steve,Dorf, Bob,; MIGUEL, José Antonio de, y GARCÍA ÁLVAREZ, Javier (2015) El manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona : Gestión 2000. (658.11 BLAN)

Horas / Semanas: 3 horas / Semana 6

SEMANA 7

Construcción de marca empresa

Imagen Corporativa

Identidad Corporativa

Actividades de Aprendizaje: Presentación de video.

BLANK Steve,Dorf, Bob,; MIGUEL, José Antonio de, y GARCÍA ÁLVAREZ, Javier (2015) El manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona : Gestión 2000. (658.11 BLAN)

Horas / Semanas: 3 horas / Semana 7

SEMANA 8

Creación de un estudio de diseño gráfico

Evidencia de Aprendizaje: TP Creación de una marca (imagen e identidad) de un estudio gráfico.

BLANK Steve,Dorf, Bob,; MIGUEL, José Antonio de, y GARCÍA ÁLVAREZ, Javier (2015) El manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona : Gestión 2000. (658.11 BLAN)

Horas / Semanas: 3 horas / Semana 8

SEMANA 9

Marca

Arquitectura de Marca

Promesa de Marca / Tag Line / Claim / Slogan

Evidencia de Aprendizaje: Presentación de casos reales del mercado peruano.

BLANK Steve,Dorf, Bob,; MIGUEL, José Antonio de, y GARCÍA ÁLVAREZ, Javier (2015) El manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona : Gestión 2000. (658.11 BLAN)

Horas / Semanas: 3 horas / Semana 9

HORA(S) / SEMANA(S)

18/6

UNIDAD N°: 3 Cómo dirigir una empresa de comunicación

LOGRO

Al finalizar la unidad el estudiante identifica el funcionamiento y la dirección de las empresas de comunicación.

TEMARIO

SEMANA 10

FODA

Diseño de Objetivos SMART

El Briefl

Actividades de Aprendizaje: Desarrollo de preguntas de brief para un proyecto de diseño.

Bibliografía: BLANK Steve,Dorf, Bob,; MIGUEL, José Antonio de, y GARCÍA ÁLVAREZ, Javier (2015) El manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona : Gestión 2000. (658.11 BLAN)

Horas / Semanas: 3 horas / Semana 10

SEMANA 11

Gestión del tiempo en proyectos de comunicación

Actividades de Aprendizaje: Trabajar el Gantt para un proyecto de diseño gráfico.

Bibliografía: BLANK Steve,Dorf, Bob,; MIGUEL, José Antonio de, y GARCÍA ÁLVAREZ, Javier (2015) El manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona : Gestión 2000. (658.11 BLAN)

Horas / Semanas: 3 horas / Semana 11

SEMANA 12

Briefing y control de tiempos de un proyecto de comunicación visual

Evidencia de Aprendizaje: TB2 Caso práctico - Desarrollar Briefing y control de tiempos de un proyecto gráfico.

Bibliografía: BLANK Steve,Dorf, Bob,; MIGUEL, José Antonio de, y GARCÍA ÁLVAREZ, Javier (2015) El manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona : Gestión 2000. (658.11 BLAN)

Horas / Semanas: 3 horas / Semana 12

SEMANA 13

Costear un proyecto de comunicación

Actividades de Aprendizaje: Trabajar el presupuesto para un proyecto gráfico.

Bibliografía: BLANK Steve,Dorf, Bob,; MIGUEL, José Antonio de, y GARCÍA ÁLVAREZ, Javier (2015) El manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona : Gestión 2000. (658.11 BLAN)

Horas / Semanas: 3 horas / Semana 13

SEMANA 14

Contratos en proyectos de comunicación visual

Actividades de Aprendizaje: Presentación de ejemplos de contratos según el tipo de negocio y actividad.

Bibliografía: BLANK Steve,Dorf, Bob,; MIGUEL, José Antonio de, y GARCÍA ÁLVAREZ, Javier (2015) El manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona : Gestión 2000. (658.11 BLAN)

Horas / Semanas: 3 horas / Semana 14

SEMANA 15

Cómo abrir una empresa

Actividades de Aprendizaje: Presentación de casos y reflexión final.

Bibliografía: BLANK Steve,Dorf, Bob,; MIGUEL, José Antonio de, y GARCÍA ÁLVAREZ, Javier (2015) El manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona : Gestión 2000. (658.11 BLAN)

Horas / Semanas: 3 horas / Semana 15

SEMANA 16

Manejo de una empresa de comunicación visual

Evidencia de Aprendizaje: TF Trabajar Briefing, Gantt, presupuesto y contrato para un proyecto de comunicación visual.

Bibliografía: BLANK Steve,Dorf, Bob,; MIGUEL, José Antonio de, y GARCÍA ÁLVAREZ, Javier (2015) El manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona : Gestión 2000. (658.11 BLAN)

Horas / Semanas: 3 horas / Semana 16

HORA(S) / SEMANA(S)

21/7

VI. METODOLOGÍA

El Modelo Educativo de la UPC asegura una formación integral, la cual tiene como pilar el desarrollo de competencias. Estas son promovidas a través de un proceso de enseñanza-aprendizaje donde el estudiante cumple un rol activo en su aprendizaje. En este proceso dinámico, las competencias son construidas a partir de la reflexión crítica, el análisis, la discusión, la evaluación, la exposición y la interacción con sus pares, y conectándolas con sus experiencias y conocimientos previos. Por ello, cada sesión está diseñada para ofrecer al estudiante diversas maneras de apropiarse y poner en práctica el nuevo conocimiento en contextos reales o simulados, reconociendo la importancia que esto tiene para su éxito profesional.

El curso es de carácter teórico y práctico, en base al diálogo y reflexión constante, interacción entre pares y docentes, vídeos en clases con análisis de casos y situaciones reales. Busca fomentar el desarrollo individual y la participación de los estudiantes en clase, a partir de propuestas creativas de gestión de empresas de comunicación.

Se realizan varios trabajos a lo largo del ciclo los cuales son expuestos en equipos de trabajo sustentándolos de manera escrita.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

15% (TB1) + 20% (TP1) + 15% (TB2) + 50% (TF1)

TIPO DE NOTA	PESO %
TB - TRABAJO	15
TP - TRABAJO PARCIAL	20
TB - TRABAJO	15
TF - TRABAJO FINAL	50

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
TB	TRABAJO	1	Semana 5	Crear un plan estratégico básico. Trabajo individual.	NO
TP	TRABAJO PARCIAL	1	Semana 8	Creación de una marca (imagen e identidad) de un estudio gráfico. Trabajo grupal.	NO
TB	TRABAJO	2	Semana 12	Desarrollar Briefing y control de tiempos de un proyecto gráfico. Trabajo individual.	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 16	Trabajar Briefing, Gantt, presupuesto y contrato para un proyecto de comunicación visual. Trabajo grupal.	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/4377310400003391?institute=51UPC_INST&auth=LOCAL