|  |
| --- |
| 1. DATOS INFORMATIVOS |
| APELLIDOS/NOMBRES:  |  | **CÉDULA:** |  | **CARRERA:** |  | **SEMESTRE:** |  | **TELEFONO:** |  |
| E-MAIL: |  | **FECHA DE INICIO PPP:** |  | **FECHA DE CULMINACIÓN PPP:** |  | **TOTAL DE HORAS:** |  |
| EMPRESA: |  | **DIRECCIÓN:** |  | **TELEFONO:** |  |

|  |
| --- |
| 2. PLAN DE APRENDIZAJE PRÁCTICO ROTACIONAL |
| DEPARTAMENTO DE LA EMPRESA EN DONDE REALIZA LAS PRÁCTICAS | **ASIGNATURAS** (Marque con X de acuerdo a la relación existente entre resultados de aprendizaje y actividades a desarrollar en la empresa) | **RESUTADO DE APRENDIZAJE**(SYLLABUS) | **ACTIVIDAD ECONÓMICA:** Empresa de producción/Industrial.Comercialización.Prestación de servicios.Instituciones Públicas.Otras. | **PRINCIPALES ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA EMPRESA**(Detalle 3 actividades principales) | **AREAS DE ROTACIÓN** | **HORAS PPP:****Opción 1,2,3**: de 4 a 6 horas de trabajo diarias**Opción 4,5:** hasta 8 horas de trabajo |
|  | **Diseño Publicitario**  |  | El estudiante será capaz de explicar la evolución histórica del diseño publicitario y aplicar conceptos y tendencias actuales en la creación de piezas publicitarias innovadoras.El estudiante será capaz de utilizar herramientas digitales para crear diseños visuales efectivos, aplicando los principios del color y los elementos formales del diseño.El estudiante será capaz de diseñar composiciones visuales equilibradas y estéticamente agradables, utilizando tipografías y herramientas avanzadas de diseño.El estudiante será capaz de elaborar y presentar artes publicitarios integrando narrativa gráfica, técnicas de retoque y herramientas de inteligencia artificial, demostrando habilidades de defensa y asesoría en proyectos creativos. |  |  |  |  |
| **Branding** |  | Crea una propuesta de identidad de marca completa, que incluye elementos visuales, verbales y sonoros, demostrando coherencia con la cultura corporativa y el posicionamiento deseado de una empresa específica.Elabora un plan estratégico de gestión de marca, que abarca estrategias de construcción, desarrollo internacional y un manual de identidad corporativa, aplicable a una marca real o ficticia en un mercado competitivo.Diseña una campaña publicitaria integral para un producto o servicio, que incluye la estrategia creativa, la selección de medios y un plan de implementación, demostrando sucapacidad para alcanzar objetivos específicos de comunicación.Produce un portafolio de piezas publicitarias creativas para diferentes medios, que incluye copys, conceptos visuales y una estrategia de relaciones públicas, demostrando originalidad y efectividad en la comunicación del mensaje de marca. |
| **Investigación de mercados** |  | Aplicar los conocimientos teóricos y metodológicos adquiridos a la actividad profesional real, así como a otros contextos de investigación social básica y aplicada.Desarrollar proyectos de investigación en entornos nuevos o poco conocidos mediante la aplicación de técnicas de investigación en ámbito público o privado.Aplicar el proceso de recolección de datos, desarrollar el análisis de datos, así como interpretarlos adecuadamente.Aplicar la técnica y herramienta más adecuada acorde a la necesidad de información, recursos y contexto. |
| **Marketing digital** |  | Conoce los conceptos fundamentales de la economía digital y reconoce las principales tendencias del marketing digital.Aplica modelos de negocios digitales y desarrolla estrategias efectivas de Inbound Marketing y segmentación digital.Planifica, ejecuta y evalúa campañas de publicidad digital utilizando diversas herramientas y técnicas.Utiliza herramientas de análisis web para medir y mejorar el rendimiento de las campañas digitales, y calcular el retorno de inversión (ROI). |
| **Técnicas de venta** |  | El estudiante reconocerá los conceptos relacionados al vendedor y al cliente.El estudiante identificará los procesos y técnicas de venta.El estudiante reconocerá las estrategias para dar seguimiento y fidelizar al cliente.El estudiante establecerá la mejor alternativa para resolver quejas y reclamos. |
| **Comercio electrónico** |  | El estudiante será capaz de diseñar e implementar una estrategia digital coherente, alineando los contenidos y canales digitales con los objetivos de comunicación de una organización.El estudiante será capaz de gestionar comunidades online de manera efectiva, utilizando herramientas de monitorización y analítica para optimizar la interacción y el engagement. El estudiante será capaz de planificar y ejecutar campañas de Social Ads efectivas, aplicando el modelo AIDA y técnicas de segmentación para mejorar el rendimiento publicitario.El estudiante será capaz de medir y evaluar el rendimiento de las campañas de marketing digital, elaborando informes detallados que permitan tomar decisiones informadas para optimizar el retorno de la inversión. |
| **Marketing estratégico** |  | El estudiante será capaz de ejecutar paso a paso, la planificación estratégica, como aporte esencial para las empresas y su direccionamiento estratégicoEl estudiante ejecutará el Plan de Marketing Estratégico, conforme la problemática detectada y sus necesidades administrativas y comerciales de la organizaciónEl estudiante de la carrera de Marketing, será capaz de elaborar y ejecutar, las mejores herramientas de diagnóstico estratégico, para posteriormente proponer las estrategias más pertinentes.El estudiante de la carrera de Marketing, tendrá la capacidad finalmente, de establecer las estrategias más eficientes, conforme los resultados de las matrices estratégicas desarrolladas, aportando valiosa información a la toma de decisiones de las empresas. |
| **Trade marketing** |  | El estudiante será capaz de explicar los conceptos fundamentales del trade marketing, identificar sus diferencias con el marketing tradicional, y proponer estrategias efectivas de colaboración entre los actores clave.El estudiante será capaz de analizar y mejorar la relación entre fabricantes y distribuidores, gestionando eficazmente el punto de venta y evaluando el impacto de los formatos comerciales y las marcas propias.El estudiante será capaz de implementar técnicas de merchandising que mejoren la visibilidad de los productos y atraigan clientes a la tienda, adaptándose a los nuevos formatos de venta.El estudiante será capaz de diseñar y evaluar estrategias de merchandising que integren elementos sensoriales, promociones y analítica de e-commerce, mejorando la experiencia del cliente y los resultados de venta. |
| **Emprendimiento e innovación** |  | El estudiante podrá realizar un plan de negocios describiendo el producto o servicio que podrían ofrecer, considerando el valor agregado, el estudio de mercado, técnico y de ventas para proponer un emprendimiento viable y sustentable en el tiempo.El estudiante será capaz de analizar las nuevas tendencias de la innovación y la creatividad que se están aplicando en los productos que se lanzan al mercado, proponiendo ideas competitivas y diferentes para iniciar su proyecto de emprendimiento.El estudiante será capaz de presentar un plan de inversión, calcular los costos de producción y presupuestar las ventas en relación a la cantidad, precio y margen de ganancia que requiere el negocio propuesto.El estudiante será capaz de elaborar un modelo de negocios para poner en práctica en un proyecto de emprendimiento, considerando los recursos y actividades claves que una pequeña empresa utiliza para su futura implementación. |

***Nota:*** El ***sistema de evaluación*** se realiza con el FORMATO 5\_EV\_FINAL\_APELLIDO\_NOMBRE, el mismo que permitirá determinar si el estudiante logró los resultados de aprendizaje planificado.

|  |
| --- |
| 3. ESPACIO DE VALIDACIÓN DE FIRMAS (responsable en llenar es el estudiante) |
|  |
| APROBADO POR:Ing. Valeria SuárezREPRESENTANTE DE PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES DE LA CARRERA DE MARKETING |