UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: Mercadotecnia

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

PROMOCION Y MANEJO DE EVENTOS

NIVEL

SÉPTIMO

AMBATO - ECUADOR
2026

I. INFORMACIÓN GENERAL

<table>
<tr><td colspan="3">Nombre de la asignatura
PROMOCION Y MANEJO DE EVENTOS
Carrera
Mercadotecnia</td></tr>
<tr><td>Código UTA-FCA-MT-MP-UP-07-04</td><td colspan="2">PRERREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Modalidad
PRESENCIAL</td><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td colspan="3">Unidad organizacional curricular
PROFESIONAL</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Créditos/Horas
3
Nivel
SÉPTIMO</td><td colspan="2">CORREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>RETAILING AND MERCHANDISING</td><td>UTA-FCA-MT-MP-UP-07-03</td></tr>
<tr><td colspan="3">CARGA HORARIA</td></tr>
<tr><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por semana
3</td><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por ciclo académico
48</td><td>Componente de aprendizaje práctico experimental, componente de aprendizaje autónomo
96</td></tr>
<tr><td>Horas de tutoría académica semanales
1</td><td>Horas de tutoría presenciales por ciclo académico
16</td><td>Horas de tutorías virtuales por ciclo académico
0</td></tr>
</table>

TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS

Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal	3
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	48
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	96
TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE (Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral + Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo.)	144

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito En el módulo PROMOCIÓN Y MANEJO DE EVENTOS, permitirá al estudiante ser capaz de diseñar y planificar eventos corporativos que se adecuen estratégicamente a las necesidades comunicativas y presupuestarias de la organización.

Descripción de la asignatura En la asignatura Promoción y Manejo de Eventos, esta conformada por 5 unidades básicas como: (1) conceptualizar las definiciones de publicidad y el mix en las comunicaciones para la promoción, (2) definir los diferentes tipos de eventos considerando los mínimos requerimientos para su organización, (3) practicar la organización de eventos mediante la esquematización de los elementos necesarios para su ejecución, (4) desarrollar bases para la planificación y evaluación interna de un evento utilizando indicadores ajustados a sus particularidades, y (5) definir la comercialización de una sede y de un evento aplicando diversas técnicas para comercializarla. La metodología se fundamentará en el método expositivo, permitiendo la comprensión progresiva de los contenidos y su aplicación en casos prácticos. Como resultado de aprendizaje, el estudiante conoce herramientas de planificación, gestión y evaluación de eventos como instrumento de promoción . Los temas se desarrollarán a través de conferencias, el trabajo colaborativo y trabajo autónomo, en el cual el estudiante podrá conocer las diferentes instrumentos de planificación y las estrategias que permitan la gestión de eventos.

Objetivo general de la asignatura Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

Objetivos específicos de la asignatura

1.-Conceptualizar las definiciones de la publicidad y el mix en las comunicaciones para la promoción

2.-Definir los diferentes tipos de eventos direccionados a la organización de cada uno de ellos bajo los mínimos requerimientos

3.-Practicar la organización de eventos bajo una esquematización de cada uno de los elementos necesarios para su ejecución

4.-Desarrollar bases para la Planificación y evaluación interna de un evento bajo indicadores ajustados a cada una de sus particularidades

5.-Definir la comercialización: de una sede y de un evento, aplicando las diferentes técnicas para comercializarlas

NOTA: Las horas de tutoría académica no se suman, por lo tanto no se incluyen dentro de las horas totales del semestre

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.1	Conceptualizar las definiciones de la publicidad y el mix en las comunicaciones para la promoción			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
1.1.- Generalidades de la comunicación	3	0	6	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
1.2.- La promoción como herramienta del Mix de Comunicación.	3	4	2	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
SUBTOTAL HORAS	6	4	8	**TOTAL HORAS:** 18

Resultados de aprendizaje: Determina las estrategias de publicidad considerando el mix de la comunicación mediante la utilización de organizadores gráficos
Metodología de enseñanza : Método expositivo
Estrategias educativas : Talleres, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Definir los diferentes tipos de eventos direccionados a la organización de cada uno de ellos bajo los mínimos requerimientos			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
2.1.- Generalidades - Eventos	3	0	6	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
2.2.- Tipos de Eventos	3	4	2	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
SUBTOTAL HORAS	6	4	8	**TOTAL HORAS:** 18

Resultados de aprendizaje: Establece los requerimientos de los diferentes tipos de eventos a través de la utilización de herramientas gráficas en los cuales se plasme los conocimientos adquiridos.
Metodología de enseñanza : Método expositivo
Estrategias educativas : Talleres, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Practicar la organización de eventos bajo una esquematización de cada uno de los elementos necesarios para su ejecución			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
3.1.- Fases de organización de Eventos	5	0	10	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos
3.2.- Gestión de Eventos	9	16	2	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases
SUBTOTAL HORAS	14	16	12	**TOTAL HORAS:** 42

Resultados de aprendizaje: Desarrolla los elementos generales para la organización de un evento a través de la aplicación de un esquema básico que permita la ejecución de eventos.
Metodología de enseñanza : Método expositivo
Estrategias educativas : Talleres, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Desarrollar bases para la Planificación y evaluación interna de un evento bajo indicadores ajustados a cada una de sus particularidades			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
4.1.- Los factores principales para evaluar, Indicadores de Evaluación	1	0	2	Trabajos y ejercicios en clases
4.2.- Herramientas gráficas de promoción como insumos de evaluación	2	4	0	Trabajos y ejercicios en clases
SUBTOTAL HORAS	3	4	2	**TOTAL HORAS:** 9

Resultados de aprendizaje: Comprende los requerimientos básicos de la planificación y evaluación de un evento a través de la utilización de indicadores de gestión y financieros ajustados a sus particularidades.
Metodología de enseñanza : Método expositivo
Estrategias educativas : Talleres, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.5	Definir la comercialización: de una sede y de un evento, aplicando las diferentes técnicas para comercializarlas			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
5.1.- Comercialización del evento	8	0	16	Trabajos y ejercicios en clases
5.2.- Presupuesto y fuentes de financiación	11	20	2	Trabajos y ejercicios en clases
SUBTOTAL HORAS	19	20	18	**TOTAL HORAS:** 57

Resultados de aprendizaje: Desarrolla las técnicas de comercialización de una sede y de un evento mediante la aplicación de talleres prácticos y la utilización de herramientas tecnológicas con las que cuenta la Facultad.
Metodología de enseñanza : Método expositivo
Estrategias educativas : Talleres, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

El desarrollo de los escenarios educativos se forja en distintos ambientes, entre ellos las aulas de clase en donde se prioriza los contenidos cognoscitivos, que permiten ejercitar las vivencias, caracterÃsticas y experiencias de los actores educativos que son sustantivas para su identidad. La propuesta de los nuevos modelos educativos en la actualidad debe evidenciar en sus currÃculos procesos de contextualizaciÃ³n del conocimiento que promuevan aprendizajes significativos desde fijadas en los sujetos que aprenden, rescatando las matices que van emergiendo de la subjetividad y sus rasgos culturales (Larrea, 2012). 1) Ã¡ulico: Las actividades a desarrollar en el aula de clase con relaciÃ³n al proceso de enseÃ±anza-aprendizaje, estarÃ¡ relacionada a conferencias, clase magistral, foros, debates se realizarÃ¡n en el aula y con participaciÃ³n de los seÃ±ores estudiantes en forma presencial. 2) Real: Se desarrolla estudio de casos, analizando la informaciÃ³n para poder verificar la estructura del proceso realizado y poder interpretar para la toma de decisiones de clases prÃ¡cticas y seminarios en un ambiente mÃ¡s prÃ¡ctico donde se puede constatar la aplicaciÃ³n de los conocimientos adquiridos, a en las empresas. 3) Virtual: Aplicando el uso de las TecnologÃas de la InformaciÃ³n y la ComunicaciÃ³n, concretados en la ejecuciÃ³n y funcionamiento del aula virtual con la finalidad de proporcionar a los estudiantes de la utilizaciÃ³n de este recurso que faciliten su proceso de aprendizaje, con los foros, debates y descarga y enviÃ³ de tareas con un lÃmite de tiempo y el desarrollo de evaluaciones.

Aprobado

VI CRITERIOS NORMATIVOS PARA LA EVALUACIÓN

Objetivos específicos	Evaluación diagnóstica (Conocimientos previos)	Evaluación formativa (Grado de logro de destrezas)	Evaluación sumativa (valorar los objetivos generales alcanzados y el logro de destrezas)
1.- Conceptualizar las definiciones de la publicidad y el mix en las comunicaciones para la promoción	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación de la Unidad I: Aplicación de reactivos
2.- Definir los diferentes tipos de eventos direccionados a la organización de cada uno de ellos bajo los mínimos requerimientos	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación Unidad: Aplicación de reactivos Unidad II
3.- Practicar la organización de eventos bajo una esquematización de cada uno de los elementos necesarios para su ejecución	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación de la Unidad: Aplicación de reactivos Unidad III
4.- Desarrollar bases para la Planificación y evaluación interna de un evento bajo indicadores ajustados a cada una de sus particularidades	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Aplicación de reactivos: Evaluación de Unidad IV
5.- Definir la comercialización: de una sede y de un evento, aplicando las diferentes técnicas para comercializarlas	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación: Aplicación de reactivos de unidad V

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Ato, Óscar; Sabater Quinto, Federico	2020	Planificacion de la comunicacion de eventos: estrategia e innovacion en tiempos de inmediatez	1	UOC	Espana Barcelona	1	178	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Este libro permitira a los estudiantes tener una fuente que contribuira en su formacion. Bibliografia Contemporanea							
URL:	https://0x102ppbz-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/169695							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
López; Esperanza	2017	Relaciones públicas y organización de eventos de marketing	1a edición	Marcombo	Barcelona	1	152 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA06517							
Comentario:	Este libro permite vincular la organización de eventos como una herramienta de las relaciones públicas. Bibliografía Contemporánea							
URL:								

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Jiménez Morales, Mònika; Panizo Alonso, Julio M.	2017	Eventos y protocolo: La gestión estratégica de actos corporativos e institucionales	1	Universitat Oberta de Catalunya	España Barcelona	1	246	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Este libro profundiza en las diferentes fases de la gestión de actos corporativos e institucionales, así como en la importancia del protocolo. Bibliografía Contemporánea							
URL:	https://0x102ppbz-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/58629							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
García Prado, Enrique	2017	Organización y eventos de marketing y comunicación UF2396	1a edición	Paraninfo	Madrid	1	128 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA07188							
Comentario:	Libro que permitirá al estudiante fortalecer sus conocimientos y competencias. Bibliografía Contemporánea							
URL:								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Jijena Sánchez, Rosario		Organización de eventos:	3a edición			1	197 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA07432							
Comentario:	Es un libro que permitirá al estudiante, determinar los diferentes conflictos que se produzcan en la ejecución de los eventos. BIBLIGRAFÍA CONTEMPORANÉA.							
URL:								