



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE: Comunicación

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

COMUNICACION ESTRATEGICA

NIVEL

SEXTO

AMBATO - ECUADOR
2026

I. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre de la asignatura COMUNICACION ESTRATEGICA Carrera Comunicación		
Código UTA-FJCS-CM-MP-UP-06-04	PRERREQUISITOS	
Modalidad PRESENCIAL	Asignatura	Código
	COMUNICACION CORPORATIVA II	UTA-FJCS-CM-MP-UP-05-03
Unidad organizacional curricular PROFESIONAL		
Créditos/Horas 2 Nivel SEXTO	CORREQUISITOS	
	Asignatura	Código
CARGA HORARIA		
Componente de aprendizaje en contacto con el docente por semana 2	Componente de aprendizaje en contacto con el docente por ciclo académico 32	Componente de aprendizaje práctico experimental, componente de aprendizaje autónomo 64
Horas de tutoría académica semanales 1	Horas de tutoría presenciales por ciclo académico 16	Horas de tutorías virtuales por ciclo académico 0

TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS

Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal	2
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	32
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	64
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.)	96

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito Entender lo que representa el valor de marca para una empresa o producto, para lograr un posicionamiento efectivo y crecer en el mercado a través de estrategias que la potencien.

Descripción de la asignatura La asignatura potencializará habilidades en el estudiante para posicionar marcas de bienes o servicios a niveles competitivos a través de estrategias comunicativas. Unidades 1. Fundamentos del naming. 2. Construcción de la marca gráfica. 3. Tipos de posicionamientos. 4. Estrategias de marca. La metodología de enseñanza que se establece para las cuatro unidades de estudio es el método expositivo y la aplicación del aprendizaje basado en proyectos. Así como las estrategias educativas están basadas en trabajos y exposiciones, Talleres. Resultados de aprendizaje Utiliza habilidades técnicas y gerenciales para gestionar la comunicación con los stakeholders. Establece los componentes elementales del proceso de planificación estratégico. Aplica estrategias y tácticas idóneas en la gestión de la comunicación. Conoce las alternativas y procesos de comunicación del entorno que pueden ser aplicados dentro de una empresa.

Objetivo general de la asignatura Asimilar las estrategias para consolidar a una marca y mantenerla posicionada con el transcurrir del tiempo.

Objetivos específicos de la asignatura

- 1.-Estudiar los fundamentos del naming
- 2.-Planificar la construcción de la marca gráfica
- 3.-Analizar los tipos de posicionamiento
- 4.-Implementar estrategias de marca

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	Estudiar los fundamentos del naming			
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.- Situación de la empresa, producto y públicos.	8	8	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
SUBTOTAL HORAS	8	8	8	TOTAL HORAS: 24

Resultados de aprendizaje: Estudia la sincronización del conjunto de criterios, reglas y directrices que se conforman de acuerdo a una arquitectura de marca determinada, y que tienen el objetivo de unificar y cohesionar la asignación de nombres de las marcas de una compañía.
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos, Método expositivo
Estrategias educativas : Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Generación de datos y búsqueda de información, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Internet, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Planificar la construcción de la marca gráfica			
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.- Proceso de planificación.	8	8	8	Pruebas de Diagnostico Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
SUBTOTAL HORAS	8	8	8	TOTAL HORAS: 24

Resultados de aprendizaje: Planifica el paso a paso de la marca desde cero de un productos o servicio debutante.

Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos, Método expositivo

Estrategias educativas : Resolución de problemas, Generación de datos y búsqueda de información, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento

Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Analizar los tipos de posicionamiento			
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.- La planificación: estrategias y táctica.	8	8	8	Pruebas de Diagnostico Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones Parciales Trabajos
SUBTOTAL HORAS	8	8	8	TOTAL HORAS: 24

Resultados de aprendizaje: Analiza la presencia de la marca en el mercado, su desarrollo, nuevos enfoques y desempeño.

Metodología de enseñanza : Método expositivo

Estrategias educativas : Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento

Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Implementar estrategias de marca			
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.- Evaluación y control. Casos de estudio. Hackathon	8	8	8	Pruebas de Diagnostico Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Trabajos
SUBTOTAL HORAS	8	8	8	TOTAL HORAS: 24

Resultados de aprendizaje: Implementa las estrategias que requieren los productos para convocar a sus grupos objetivo.

Metodología de enseñanza : Método expositivo

Estrategias educativas : 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)

Se considera a los escenarios: **Áulico** Este escenario estratégico de aprendizaje está relacionado con el desarrollo de la clase y comprende el espacio donde se realizan las actividades de aprendizaje, lo cual implica entenderlo como un espacio didáctico de trabajo dinámico, lúdico y colectivo, en donde se pone en juego el desarrollo de habilidades y actitudes para enfrentar temáticas, tareas, o problemas en un clima de reflexión, autocrítica, cooperación y compromiso. **Virtual** Se considera este escenario como un espacio para reforzar lo aprendido, encontrar recursos de aprendizaje y actividades complementarias.

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.- Estudiar los fundamentos del naming	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Aplicación de reactivos
2.- Planificar la construcción de la marca gráfica	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Aplicación de reactivos
3.- Analizar los tipos de posicionamiento	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Aplicación de reactivos
4.- Implementar estrategias de marca	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Aplicación de reactivos

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Burgueño, José Manuel	2018	Qué hacer cuando arde la red:	1a edición	UOC	Barcelona	3	249 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BJCS04623							
Comentario:								
URL:								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Matilla, Kathy	2018	Cómo hacer un plan estratégico de comunicación:	1a edición	UOC	Barcelona	4	287 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA07215							
Comentario:								
URL:								

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Antonio Ezequiel Di Génova	2024	Manual de relaciones públicas e institucionales: comunicación estratégica y estrategias de comunicación	3	Ugerman Editor	Argentina Buenos Aires	1	305	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:								
URL: https://0x102opeb-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/277863								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Xavier Grau Castelló	2011	Naming: ¿cómo crear un buen nombre?	1	Editorial UOC	España Barcelona	1	2011	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:								
URL: https://0x102opea-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/33475								

