**DESCRIPCIÓN - CURSO MERCADEO**

Identificación del Curso

|  |  |
| --- | --- |
| **Escuela o unidad:** Escuela de Comunicación visual  |  |
| **Nivel:** Técnico |  |
| **Curso:** mercadeo |  |

|  |
| --- |
| **Descripción de la Estrategia de Aprendizaje:** |
|  La estrategia de aprendizaje utilizada en el curso de MERCADEO es mediante aprendizaje basado en problemas ABP. En el marco del constructivismo, se parte de un problema o situación real, que se convierte en objeto de análisis por parte de una persona o de un grupo de personas. Su objetivo principal es determinar alternativas o modelos de acción a seguir, para finalizar con la toma de decisiones. El ABP es, por lo tanto, una técnica grupal que fomenta la participación del estudiante, desarrollando su espíritu crítico. Además lo prepara para la toma de decisiones, enseñándole a defender sus argumentos y a contrastarlos con las opiniones del resto del grupo.Durante el transcurso del curso se evalúan competencias a través de estudios de caso, juegos, simulaciones, debates, minisituaciones para aplicación de técnicas y pruebas.  |

**Competencias del Curso**

|  |  |
| --- | --- |
| El estudiante identifica claramente el concepto y la importancia del mercado en el marco publicitario | Aplica los conceptos sobre persuasión y motivación en sus diseñosConoce la normatividad y aplica la ética en sus procesos  |
| Reconoce los distintos tipos de material POP y su papel como diseñador | Reconoce la diferencia entre publicidad institucional y publicidad de productosConoce los pasos para el diseño de una campaña publicitaria |

**CONTENIDOS DEL CURSO**

1. Identificación de saberes previos - tabla de contenidos – competencias aborales – porque aprender mercadeo – ética empresarial
2. Procesos básicos del mercadeo desde la visión del diseñador; variables del siglo XXI – persuasión y motivación
3. La mezcla del mercadeo, estrategias, papel del diseñador
4. Material POP: aviso, afiche, calcomanía, cenefa
5. La creatividad en el mercadeo
6. La publicidad; objetivos, estrategias, evaluación de medios
7. Publicidad institucional – publicidad de productos
8. El papel del diseñador gráfico en el diseño de campaña publicitaria
9. Evidencias finales

**CRITERIOS DE EVLAUACION DE LAS ACTIVIDADES**



Apropiación del tema

Análisis

Argumentación

Creatividad

Generación de ideas y preguntas

**IDENTIFICACION DE SABRES PREVIOS**

**Elaborar un mapa mental donde muestre porque es importante aprender mercadeo para un estudiante de diseño grafico**