**Requerimiento de profesionales para el cargo de:** Docente Interino a tiempo horario.

Asignatura para incorporarse como docente a tiempo horario: COM-231 MARKETING Y PUBLICIDAD

**Horarios establecidos:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Días** | **LUNES** | **MIÉRCOLES** |  |
| **Horario** | 17:45 – 19:15 | 17:45 – 19:15 |  |

Departamento que lo demanda: **“Departamento de Ciencias Jurídicas y Sociales”**

|  |  |
| --- | --- |
| La Universidad Católica Boliviana "San Pablo" - Sede Tarija, convoca a la presentación de postulaciones para el cargo de DOCENTE INTERINO a tiempo horario. | |
| 1. **REQUISITOS Y VALORACIÓN** | |
| **REQUISITOS INDISPENSABLES**   * Título profesional o en provisión nacional a nivel licenciatura o equivalente en Comunicación Social, Ciencias de la Comunicación o áreas afines a la asignatura. * Diplomado en Educación Superior. * No ser docente actualmente en la UCB con antigüedad de tres o más semestres. * No tener incompatibilidad conforme al reglamento interno   **DOCUMENTOS A PRESENTAR EN FORMATO DIGITAL EN LA WEB**   * Formulario de Postulación con respaldo documentario únicamente de lo solicitado en el formulario. * Plan de Asignatura (adjunto a la presente).  |  | | --- | | Nota: La falta de presentación de documentos o incumplimiento de requisitos indispensables será causa de inhabilitación de la postulación a la convocatoria. Asimismo, la comisión de selección podrá solicitar la presentación de documentos originales de respaldo al formulario de postulación, si considera pertinente. | | |
| **SE ESPERA QUE LA PERSONA POSTULANTE SE CARACTERICE POR:**   * + Tener cualidades personales de relacionamiento humano respetuoso y cordial.   + Identificarse con los postulados y principios de la Doctrina Social de la Iglesia Católica y de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”.   + Ser un referente de comportamiento ético.   + Contar con posgrados en áreas relacionadas al cargo.   + Tener experiencia en docencia.   + Tener experiencia en el ejercicio profesional   + Tener manejo de tecnologías educativas y demás TIC’s   + Innovación, creatividad en la transmisión de conocimientos y desarrollo de competencias.   + Conocimiento del idioma inglés. | |
| **II. MANUAL DE RESPONSABILIDADES** | |
| Deberá cumplir acorde a estatuto y reglamentos de la institución, entre otras, las siguientes funciones: | |
| * + Impartir clases dentro de los horarios establecidos en función a necesidades académicas y el marco de la programación semestral.   + Atender a los estudiantes para la orientación en asignaturas de su especialidad.   + Atender consultas académicas de los estudiantes.   + Preparar y manejar los procedimientos y asignaturas virtuales.   + Preparar materiales y guías de docencia.   + Preparar y realizar evaluaciones continuas y finales.   + Fungir de tutor, panelista, relator, o lector de trabajos de grado, examinador de exámenes de grado.   + Participar en programas de innovación educativa.   + Participar en actividades de formación continua.   + Participar en la administración y coordinación académica de la enseñanza.   + Comunicar a los estudiantes las disposiciones y novedades que surjan en la universidad como parte del proceso académico.   + Colaborar en asuntos de administración académica y en el desarrollo de su carrera.   + Corregir y brindar retroalimentación sobre exámenes y trabajos.   + Seguimiento, control y apoyo de las diferentes Modalidades de Graduación.   + Asesorar tesis y trabajo de grado.   + Cumplir el calendario y planificación académica.   + Mantener una comunicación fluida y clara con Dirección de la carrera.   + Participar en cursos de formación continua.   + Entrega oportuna de resultados y evaluaciones al Departamento y a los estudiantes.   + Recibir y dar capacitación interna.   + Estar dispuesto a las reuniones que se pacten para el seguimiento y control de la actividad docente.  Debe aplicar el modelo Académico de la U.C.B.   + Gestionar o apoyar en proyectos de interacción social con los sectores social, productivo y las obras sociales de la Iglesia.   Principales procedimientos, productos o servicios a su cargo  1. Plan de asignatura.  2. Ejecución de la programación académica asignada a la asignatura.  3. Informe/Reporte de notas finales. | |
| 1. **CRONOGRAMA DEL PROCESO DE SELECCIÓN:** | |
| * Publicación | Del 13 de junio de 2023 |
| * Recepción de Postulaciones | Hasta el 27 de junio de 2023 horas 23:59 p.m. |
| * Inicio de actividades en el cargo | 01 de agosto de 2023 |
| 1. **CONDICIONES DE CONTRATACIÓN:** | |
| * Los candidatos preseleccionados deberán someterse a un examen te tribunal, de acuerdo con el procedimiento interno. * El candidato seleccionado tendrá un contrato por un periodo académico en la modalidad de contrato civil como DOCENTE INTERINO a tiempo horario. * No podrá impartir más de dos asignaturas o paralelos por periodo académico. | |
| **LUGAR DE PRESENTACIÓN** | |
| La documentación debe presentarse en la página web: ww.ucbtja.edu.bo  Deberá llenar la información requerida y cargar los archivos solicitados en la parte de DOCUMENTOS A PRESENTAR | |

|  |  |
| --- | --- |
| LogoUCB1 | ***UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA "SAN PABLO¨*** |
| **PLAN DE ASIGNATURA** |

**UNIVERSIDAD CATóLICA BOLIVIANA “SAN PABLO”**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

**Carrera de Comunicación Social**

Sigla y Código

COM-231

Nombre de la asignatura: MARKETING Y PUBLICIDAD

Semestre: 4

Docente:

e:

Gestión: 2-2023

|  |  |
| --- | --- |
| Días | Horas |
| Lunes y Miércoles | 17:45 – 19:15 |

|  |  |
| --- | --- |
| Carga horaria | Créditos |
| 4 H/Acad | 5 |

Prerrequisitos: COM 131 – INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

1. **JUSTIFICACIÓN (Sociocultural, profesional y disciplinar)**

Actualmente el mundo está totalmente globalizado permitiendo que nuestro país reciba muchísimas tendencias del exterior. La carrera de Comunicación Social, debe contribuir a que los estudiantes tengan las herramientas suficientes para adaptarse a estas nuevas tendencias y cambios. Los estudiantes deberán tener las competencias necesarias que les permitan afrontar el avance constante del mercado, las cuales podrán obtenerse a través de investigaciones y casos prácticos.

Al obtener estas competencias el estudiante estará preparado para poder poner en práctica sus conocimientos ayudando al desarrollo de nuestro país. Tener un conocimiento sólido sobre la elaboración de estrategias de marketing y publicidad es muy importante para un comunicador social, ya que a través de esta materia los futuros profesionales tendrán una visión de cómo manejar los diferentes mercados a los que se enfrentarán, permitiéndoles desarrollar estrategias y campañas para empresas, productos y marcas.

La materia Marketing y publicidad otorga competencias a los estudiantes que les permitirá desempañar un excelente trabajo en cualquier tipo de empresa o agencia publicitaria que tenga la necesidad de creación de marca o estrategias de marketing. Las competencias adquiridas serán de gran importancia para el desarrollo de las actividades de los estudiantes de Comunicación Social debido a que serán capaces de estudiar y comprender mejor el mercado.

**EL POSTULANTE PUEDE COMPLEMENTAR**

1. **COMPETENCIAS A DESARROLLAR**
   1. **Competencia de la Asignatura.**

Diseñar, ejecutar y monitorear campañas publicitarias a partir de objetivos de marketing y un estudio de mercado, de manera ética, estratégica, creativa, proactiva y socialmente responsable, con un conocimiento de la cultura organizacional y del entorno para contribuir en la gestión de la imagen de marca, mediante un manejo solvente de la redacción y de la exposición de ideas.

**EL POSTULANTE PUEDE COMPLEMENTAR**

* 1. **Competencias del área.**

Gestionar (diagnosticar, diseñar, aplicar y evaluar) estrategias, planes y productos de comunicación corporativa, mediante la investigación del contexto y la comprensión de la filosofía organizacional, a través de medios, mensajes y actividades, demostrando una actitud proactiva, emprendedora y socialmente responsable.

**EL POSTULANTE PUEDE COMPLEMENTAR**

**DOCUMENTO DE REFERENCIA: MODELO ACADÉMICO PAG 83:** [**https://www.ucbtja.edu.bo/wp-content/uploads/2019/08/Modelo-Acad%C3%A9mico-de-la-Universidad-Cat%C3%B3lica-Boliviana.pdf**](https://www.ucbtja.edu.bo/wp-content/uploads/2019/08/Modelo-Acad%C3%A9mico-de-la-Universidad-Cat%C3%B3lica-Boliviana.pdf)

* 1. **Contenido Temático.**

1. Introducción al marketing.

2. Segmentación y posicionamiento.

3. Marketing y la comunicación.

4. Brief y el branding publicitario.

* 1. **Contenidos Analíticos expresados en saberes**

**DEBE SER DESARROLLADO POR EL POSTULANTE**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Elementos de Competencia** | **Saberes** | | | **Unidades de Aprendizaje** |
| **Procedimentales** | **Conceptuales** | **Actitudinales** |
| * Elemento de Competencia 1: (Desarrolle el elemento de competencia) * Elemento de Competencia 2: (Desarrolle el elemento de competencia) * Elemento de Competencia X: (Desarrolle el elemento de competencia | Relaciona el proceso de marketing con una empresa u organización.  Segmenta el mercado para  comunicar valor a los diferentes  públicos.  Diseña y propone estrategias de  marketing desde la  comunicación.  Diseña el brief publicitario y una  estrategia de mensaje. | Conceptos básicos, objetivos y  funciones del marketing.  Variables de segmentación de  mercado.  Posicionamiento. Generación de  valor.  Estrategias de marketing mix.  Estrategias de marketing digital.  El brief publicitario.  Estrategia de  mensaje.  Productos publicitarios. Branding  publicitario. | Reflexivo y crítico en el análisis  de información.  Respetuoso de la dignidad  humana. No abusa de la  vulnerabilidad del consumidor.  Ético y propositivo en la  creación de estrategias.  Creativo y ético al momento de generar el brief publicitario. |  |

1. **PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE APRENDIZAJE – ENSEÑANZA Y EVALUACIÓN**
   1. *Matriz de Planificación del Proceso de Aprendizaje - Enseñanza*

**DEBE SER DESARROLLADO POR EL POSTULANTE**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Unidad de Aprendizaje** | **Saberes** | **Semanas** | **Estrategias y actividades de aprendizaje – enseñanza**  (Las estrategias son la planificación del proceso enseñanza aprendizaje, el cómo va a dirigir su clase. Para lo cual usted debe elegir las actividades que le |
| (La unidad de aprendizaje corresponden a los temas, los cuales deben ser coherentes con el elemento de competencia) |  | *1.* |  |
|  | *2.* |  |
|  |  | *3.* |  |
|  | *...* |  |

* 1. ***Sistema de Evaluación***

**DEBE SER DESARROLLADO POR EL POSTULANTE**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **COMPETENCIAS** | **SEMANA** | **ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN Y EVIDENCIAS** | **CRITERIOS DE EVALUACIÓN** | **%** |
| Dimensión/Elemento de Competencia 1: |  | Usted debe tener claro el tipo de actividad o tarea que necesita realizar para recoger las evidencias que plantea.  Las evidencias varían desde una evaluación escrita, un check list hasta una rúbrica, es cómo el estudiante le demostrará a usted que ha aprendido) | (Es el marco de referencia, donde usted manifiesta qué es lo que está evaluando, qué resultado debe mostrar el estudiante en su desempeño o cómo debe estar elaborado el producto para demostrar su aprendizaje. Se recomienda definir claramente los criterios de evaluación de manera que sirvan al estudiante como parte de su aprendizaje) | (Las ponderaciones las determina usted según a complejidad de los elementos de competencia) |
| Dimensión/Elemento de Competencia 2: |  |  |  |  |
| Dimensión/Elemento de Competencia 3: |  |  |  |  |
| Dimensión/Elemento de Competencia X: |  |  |  |  |
| **NOTA DE HABILITACIÓN** | | | | **100%** |
| Competencia de la asignatura: |  |  |  | **100%** |

1. **BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA (Básica y complementaria)**

**DEBE SER DESARROLLADO POR EL POSTULANTE**

1. **NORMATIVA DE CLASES Y MATERIALES PARA LA ASIGNATURA**

**DEBE SER DESARROLLADO POR EL POSTULANTE**