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

**UNIVERSIDAD CATóLICA BOLIVIANA “SAN PABLO”**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**Carrera de DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

Sigla y Código

DGR 151

Nombre de la asignatura:

OPTIMIZACIÓN DE OPERACIONES EMPRESARIALES

Semestre:

 3

Docente:

e:

Gestión:

2026

|  |  |
| --- | --- |
| Días | Horas |
| MARTES JUEVES  | 16 a17:30 |

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

Prerrequisitos: Ninguno

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

La materia de Marketing para el diseño permitirá que el estudiante pueda participar, opinar y decidir aspectos relevantes del desarrollo y la ejecución de los planes de marketing de una institución. La asignatura permitirá también que el estudiante pueda investigar y coadyuvar en el desarrollo de un resumen de plan de marketing que se funcional para el desarrollo de productos de diseño. Además , la asignatura permitirá que el estudiante pueda investigar aspecto de segmentación y comportamiento del consumidor que son fundamentales para la creación de mensajes visuales. Los saberes de esta asignatura son fundamentales para el desarrollo de proyectos de emprendimiento, marcas y otros producto en los que se requiera intercambios satisfactorios en el mercado o conocimientos específicos de segmentos, comportamientos y audiencias. De esta manera se desarrolla mejora continua en las operaciones empresariales.

**EL POSTULANTE PUEDE COMPLEMENTAR**

1. **COMPETENCIAS PARA DESARROLLAR**
	1. **Competencia de la Asignatura**
	2. Procesar la información de la estrategia de marketing de manera crítica, ética y eficiente, para la creación de mensajes visuales de manera que favorezca a intercambio satisfactorio entre los actores del mercado **Competencias Genéricas.**

**DESARROLLADO POR EL POSTULANTE**

**DOCUMENTO DE REFERENCIA: MODELO INSTITUCIONAL PAG 46:**

<https://tja.ucb.edu.bo/wp-content/uploads/2023/07/Modelo-Institucional-UCB-Digital.pdf>

* 1. **Contenido Temático**
		1. Principios y fundamentos de mercados y marketing.
		2. Fundamentos de comportamiento del consumidor.
		3. Fundamentos de segmentación de mercado.
		4. El plan y la estrategia de marketing.
	2. **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
 | * Investiga, analiza y determina la información necesaria del comportamiento del consumidor, para definir segmentos o audiencias.
* Realiza un resumen de  un plan de marketing considerando variables de  segmentación y comportamiento del consumidor para obtener resultados que sean resonantes y relevantes.
* Colabora junto a un equipo interdisciplinario en el desarrollo de un plan de marketing
 | Definición y funciones del marketing dentro de una economía de libre mercado y su impacto económico y social. Organizaciones y actores que trabajan en marketing y cómo se relacionan entre ellas.  Fundamentos y finalidad del marketing, sus componentes estratégicos. Proceso de segmentación, selección y agregación de mercados. Variables de comportamiento del consumidor Planes y estrategias de marketing.  | Se responsabiliza por el uso de la información social y personal. Se responsabiliza por los resultados de las comunicaciones visuales que realiza. Analítico, crítico y ético cuando observa y produce piezas gráficas.* .
 |  |

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**