



## FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

### ESCUELA DE COMUNICACIÓN

#### 1. Datos generales

**Materia:** COMUNICACIÓN Y MERCADEO  
**Código:** CMN0201  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Marzo-2019 a Julio-2019  
**Profesor:** UGALDE SANCHEZ CECILIA ESPERANZA  
**Correo electrónico:** cugalde@uazuay.edu.ec

**Nivel:** 2

#### Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	0	16	80	160

#### Prerrequisitos:

Ninguno

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

#### 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

#### 4. Contenidos

1.2	Retos del Marketing
1.3	Planificación estratégica del marketing
1.4	Proceso de marketing, mkt mix
1.5	Microentorno
1.6	Macroentorno
1.1000000000 000001	Definición y proceso de marketing
2.1	Sementación
2.4	Posicionamiento
2.2000000000 000002	Mercado Meta
2.2999999999 999998	Buyer persona
3.1	Producto, desarrollo de productos nuevos, ciclo de vida
3.2	Marketing de servicios, lógica dominante del servicio
3.3	Marca, apego a la marca
3.4	brand essence, brand insights

4.2	Canales de marketing, diseño, administración y logística
4.3	Promoción
4.4000000000 000004	Ventas al detalle y mayoreo
4.0999999999 999996	Estrategia de fijación de precios
5.2	Inbound marketing
5.3	Social media, SEO
5.4	Promoción
5.5	Competencia
5.6	Marketing directo
5.7	Marketing sustentable
5.0999999999 999996	CIM

## 5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

aj. Define e identifica los fundamentos del marketing y los aplica a casos básicos

-Identifica qué es y cómo funciona una organización con una orientación hacia el mercado.

-Evaluación escrita  
-Trabajos prácticos -  
productos

### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Prueba y ejercicio primer capítulo	Introducción y planificación estratégica y entorno del marketing	APORTE 1	5	Semana: 4 (01-ABR-19 al 06-ABR-19)
Evaluación escrita	Prueba tres primeros capítulos	Estrategia de Productos, Servicios y Marcas, Introducción y planificación estratégica y entorno del marketing, Segmentación y Posicionamiento	APORTE 2	5	Semana: 10 (13-MAY-19 al 18-MAY-19)
Trabajos prácticos - productos	ejercicios cap 2 y 3.	Estrategia de Productos, Servicios y Marcas, Segmentación y Posicionamiento	APORTE 2	5	Semana: 10 (13-MAY-19 al 18-MAY-19)
Trabajos prácticos - productos	Ejercicios y pruebas cap 3, 4 y 5	Comunicaciones integradas al marketing, promoción y mkt directo, Estrategia de Productos, Servicios y Marcas, Precio, distribución y promoción	APORTE 3	15	Semana: 16 (24-JUN-19 al 28-JUN-19)
Evaluación escrita	Examen final	Comunicaciones integradas al marketing, promoción y mkt directo, Estrategia de Productos, Servicios y Marcas, Introducción y planificación estratégica y entorno del marketing, Precio, distribución y promoción, Segmentación y Posicionamiento	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (30-06-2019 al 13-07-2019)
Evaluación escrita	Supletorio	Comunicaciones integradas al marketing, promoción y mkt directo, Estrategia de Productos, Servicios y Marcas, Introducción y planificación estratégica y entorno del marketing, Precio, distribución y promoción, Segmentación y Posicionamiento	SUPLETORIO	20	Semana: 20 ( al )

## Metodología

Descripción	Tipo horas
Charlas explicativas, ejercicios prácticos y lecturas complementarias.	Total docencia

## Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
La creatividad y el lenguaje son consideraciones presentes en todas las actividades, de la mano de rigurosidad científica y del apego a las exigencias de cada actividad, las que serán explicadas claramente antes de cada actividad calificada.	Total docencia

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

#### Web

#### Software

#### Revista

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ARMSTRONG, Gary; KOTLER, Philip	Pearson	Fundamentos de Marketing	2013	978-607-32-1723-1
CHRISTOPHER LOVELOCK, JOCHEN WIRTZ	Pearson Prentice Hall	Marketing de Servicios	2009	
Rosendo Verónica. Laguna Pilar	DYKINSON	Marketing Relacional	2012	978-84-9031-142-4
ROLANDO ARELLANO CUEV	Pearson	MARKETING ENFOQUE AMÉRICA LATINA : EL MARKETING CIENTÍFICO APLICADO A LATINOAMÉRICA	2010	978-6-07-320144-5
PELTON, LOU E	Mc Graw Hill	CANALES DE MARKETING Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	1999	NO INDICA
WILLIAM J. STANTON, BRUCE J. WALKER, MICHAEL J ETZEL	McGraw-Hill	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2007	9701062019, 9789701062012
Philip Kotler, Autor ; Kevin Lane Keller, Autor	México : Pearson	Dirección de marketing	2012	978-6-07-321245-8
Alejandro Dominguez Doncel	ESIC	METRICAS DEL MARKETING	2010	978-84-7356-773-2
Alejandro Schnarch Kirberg	McGraw-Hill	Desarrollo de nuevos productos : creatividad, innovación y marketing	2014	978-958-410-432-8
KOTLER, PHILIP; ARMSTRONG, GARY	PEARSON	MARKETING: VERSIÓN PARA LATINOAMÉRICA	2007	NO INDICA
BELCH, GEORGE, BELCH, MICHAEL	Mc Graw Hill Interamericana	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN: PERSPECTIVA DE LA COMUNICACIÓN DE MARKETING INTEGRA	2005	970-10-4680-3
Hernández Dauder, María Ángeles	Madrid : Anaya Multimedia	Marketing digital : mobile marketing, SEO y analítica	2017	9788441538511

## Web

Autor	Título	Url
Christian Grönroos.	Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios	<a href="https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3175197&amp;query=lovelock+servicios">https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3175197&amp;query=lovelock+servicios</a>
Young, Antony, Aitken, Lucy	Profitable Marketing Communications / Ebrary	<a href="http://site.ebrary.com/lib/uazuay/reader.action?docID=10177070">http://site.ebrary.com/lib/uazuay/reader.action?docID=10177070</a>
Abaetê de Azevedo and Ricardo Pomeranz	Obsesión por el cliente: cómo obtener y retener clientes en la nueva era del marketing relacional	<a href="https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3191887&amp;query=marketing+relacional">https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3191887&amp;query=marketing+relacional</a>
El Marketing Mix: Concepto, Estrategia Y Aplicaciones	Ebrary	<a href="http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=10202990">http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=10202990</a>

## Software

## Revista

---

Docente

---

Director/Junta

Fecha aprobación: **01/03/2019**

Estado: **Aprobado**