UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA CONTABILIDAD SUPERIOR

1. Datos generales

Materia: FUNDAMENTOS DE MARKETING PARA CSU
Código: FAD0071
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2019 a Julio-2019
Profesor: ALVAREZ VALENCIA JUAN FRANCISCO
Correo electrónico: falvarezv@uazuay.edu.ec

Nivel: 6

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
3				3

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Que el futuro profesional adquiera destrezas y conocimientos técnico ¿ científicos sobre el comportamiento de los mercados y pueda ser más competitivo en su vida profesional y de esta manera estar en condiciones de alcanzar el éxito en el mundo de los negocios, robusteciendo así su perfil profesional.

En el contexto general del marketing, debemos manifestar que los Fundamentos del mismo constituyen hoy en día una herramienta elemental en todos los campos del saber humano y en este caso en particular para la correcta formación de los futuros profesionales en el área de la contabilidad; de ahí, que esta materia contribuye para que el futuro profesional cuente con conocimientos sólidos sobre el comportamiento de las necesidades de los mercados, cómo generar valor en las diferentes ofertas para que sean posicionadas en los mismos, analizar las oportunidades y riesgos que presentan los mercados; y, de esta manera alcanzar una formación integral en su carrera.

El Marketing guarda una vinculación estrecha con otras áreas de la malla curricular, como son: Estadística, Microeconomía, Macroeconomía, Administración Financiera, Contabilidad general y de costos, entre otra.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.	INTRODUCCION AL MARKETING
1.01.	Importancia y Relevancia del Marketing de las Empresas que buscan excelencia
1.02.	Conceptos de Marketing
1.03.	Historia del Marketing.
1.04.	Construcción Conceptual del Marketing
1.05.	Diferencia entre Marketing y Ventas
1.06.	Pasos a seguir para establecer una Empresa desde el Punto de Vista del Marketing
1.07.	Consumo: Definición y Características
1.08.	Análisis de la Doble dimensión que opera el Hombre
1.09.	Relación Objeto - Imagen como Fuente de Ingresos para las Empresas

2.	ANALISIS DE LAS TRES C's DEL MARKETING INTEGRAL Y EL IMPACTO DEL ENTORNO EMPRESARIAL
2.01.	Análisis de la Corporación
2.02.	Análisis del Cliente
2.03.	Análisis de la Competencia
2.04.	Análisis del Entorno:
3.	EVOLUCIÓN ESTRATEGICA DEL MARKETING EN LAS EMPRESAS
3.01.	Rol de la Estrategia del Marketing: Factores Estratégicos
3.02.	Explicación del Gráfico del Marketing como un Proceso Estratégico (Ventaja Competitiva)
3.03.	Cuatro Pilares Fundamentales de la Filosofía del Marketing
3.04.	Modelos de negocios desde la perspectiva del marketing en el siglo21
4.	PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING: VARIABLES TACTICAS STP

5. Sistema de Evaluación

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Ap 1	INTRODUCCION AL MARKETING	APORTE 1	10	Semana: 4 (01-ABR-19 al 06-ABR-19)
Evaluación escrita	Ap 2	ANALISIS DE LAS TRES C's DEL MARKETING INTEGRAL Y EL IMPACTO DEL ENTORNO EMPRESARIAL, EVOLUCIÓN ESTRATEGICA DEL MARKETING EN LAS EMPRESAS, INTRODUCCION AL MARKETING	APORTE 2	10	Semana: 10 (13-MAY-19 al 18-MAY-19)
Trabajos prácticos - productos	Ap 3	ANALISIS DE LAS TRES C's DEL MARKETING INTEGRAL Y EL IMPACTO DEL ENTORNO EMPRESARIAL, EVOLUCIÓN ESTRATEGICA DEL MARKETING EN LAS EMPRESAS, INTRODUCCION AL MARKETING, PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING: VARIABLES TACTICAS STP	APORTE 3	5	Semana: 14 (10-JUN-19 al 15-JUN-19)
Evaluación escrita	Ap 3	ANALISIS DE LAS TRES C's DEL MARKETING INTEGRAL Y EL IMPACTO DEL ENTORNO EMPRESARIAL, EVOLUCIÓN ESTRATEGICA DEL MARKETING EN LAS EMPRESAS, PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING: VARIABLES TACTICAS STP	APORTE 3	5	Semana: 15 (17-JUN-19 al 22-JUN-19)
Evaluación escrita	Ex 20	ANALISIS DE LAS TRES C's DEL MARKETING INTEGRAL Y EL IMPACTO DEL ENTORNO EMPRESARIAL, EVOLUCIÓN ESTRATEGICA DEL MARKETING EN LAS EMPRESAS, INTRODUCCION AL MARKETING, PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING: VARIABLES TACTICAS STP	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (30-06-2019 al 13-07-2019)
Evaluación escrita	Sup 20	ANALISIS DE LAS TRES C's DEL MARKETING INTEGRAL Y EL IMPACTO DEL ENTORNO EMPRESARIAL, EVOLUCIÓN ESTRATEGICA DEL MARKETING EN LAS EMPRESAS, INTRODUCCION AL MARKETING, PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING: VARIABLES TACTICAS STP	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Criterios de evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KOTLER, PHILIP; ARMSTRONG, GARY	PEARSON	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2013	978-607-32-1722-4

Web

Autor	Título	Url
Marketing Publishing	El Marketing Mix: Concepto, Estrategia Y Aplicaciones	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10202990&p00=marketing
Ruiz, Andrés Julián Hurtado, Mg; Arango, Ana Maria Arboleda, Phd	Proquest	http://search.proquest.com/docview/1032809322?accountid=36552
Martínez Sánchez, Juan M. Jiménez, Emilio	Marketing	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10360832&p00=marketing
Molina, Arturo; García, Juan A; Gómez, Mar	Proquest	http://search.proquest.com/docview/868669495?accountid=36552

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
STANTON, W.J. ETZEL, M.	Mc Graw Hill	Fundamentos de marketing,	2011	978-970-10-6201-9

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 07/03/2019

Estado: Aprobado