



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: COMUNICACIÓN Y MERCADEO
Código: CMN0201
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2020 a Agosto-2020
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

El alumno define e identifica los fundamentos del marketing y los aplica a casos básicos.

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
4.4000000000000004	Ventas al detalle y mayoreo
4.0999999999999996	Estrategia de fijación de precios
5.2	Inbound marketing
5.3	Social media, SEO
5.4	Promoción

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 del primer capítulo.	Introducción y planificación estratégica y entorno del marketing	APORTE	5	Semana: 4 (22-ABR-20 al 27-ABR-20)
Evaluación escrita	Interciclo	Estrategia de Productos, Servicios y Marcas, Introducción y planificación estratégica y entorno del marketing, Segmentación y Posicionamiento	APORTE	10	Semana: 8 (20-MAY-20 al 25-MAY-20)
Trabajos prácticos - productos	Aportes de ejercicios y tareas a lo largo del ciclo	Comunicaciones integradas al marketing, promoción y mkt directo, Estrategia de Productos, Servicios y Marcas, Precio, distribución y promoción, Segmentación y Posicionamiento	APORTE	15	Semana: 16 (15-JUL-20 al 20-JUL-20)
Evaluación escrita	Toda la materia vista a lo largo del ciclo	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 (21-07-2020 al 03-08-2020)
Evaluación escrita	Todo lo visto a lo largo del ciclo	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
Ejercicios, investigación y lecturas complementarias.	Autónomo
socialización de los ejercicios, charlas explicativas.	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.	Autónomo
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

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

Web

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

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **09/03/2020**

Estado: **Aprobado**