



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: COMUNICACIÓN Y MERCADEO
Código: CMN0201
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2021 a Julio-2021
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
1.100000000000000001	Definición y proceso de marketing
2.1	Sementación
2.4	Posicionamiento
2.200000000000000002	Mercado Meta
2.299999999999999998	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

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

Evidencias

-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
Trabajos prácticos - productos	Actividades de acuerdo con los contenidos del sílabo.	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	APORTE DESEMPEÑO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
	APORTE CUMPLIMIENTO		APORTE CUMPLIMIENTO	10	Semana: 15 (21-JUN-21 al 26-JUN-21)
	APORTE ASISTENCIA		APORTE ASISTENCIA	10	Semana: 15 (21-JUN-21 al 26-JUN-21)
Trabajos prácticos - productos	Trabajos sobre contenidos vistos a lo largo del curso.	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 FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19 (19-JUL-21 al 24-JUL-21)
Evaluación escrita	Examen final sobre los contenidos de todo el 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 FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (19-JUL-21 al 24-JUL-21)
Trabajos prácticos - productos	Trabajos sobre contenidos vistos a lo largo del curso.	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 ASINCRÓNICO	10	Semana: 19 (19-JUL-21 al 24-JUL-21)
Evaluación escrita	Examen final sobre los contenidos de todo el 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 SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (19-JUL-21 al 24-JUL-21)

Metodología

Descripción	Tipo horas
lecturas, casos y videos que los estudiantes deberán revisar de manera autónoma.	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

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
lecturas, casos y videos que los estudiantes deberán revisar de manera autónoma	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/uasuyasp/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/uasuyasp/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/uasuyasp/detail.action?docID=3191887&query=marketing+relacional

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **08/03/2021**

Estado: **Aprobado**