Fecha aprobación: 15/03/2021



Nivel:

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

1. Datos generales

Materia: FUNDAMENTOS DE MARKETING

Código: ESI0031

Paralelo: B

Periodo: Marzo-2021 a Julio-2021

Profesor: VALDIVIESO VINTIMILLA RAMON HERNANDO

Correo ramon.valdivieso@uazuay.edu.ec

electrónico:

Distribución de horas.				
Docencia	Práctico	Autór	Total horas	
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
48	16	16	40	120

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

La asignatura propone examinar los principios básicos del marketing, familiarizar al estudiante con la terminología y, finalmente, acompañar al alumno en la preparación de un plan de marketing que incluya diagnóstico situacional, definición de objetivos y planteamiento de estrategias.

La asignatura llega a complementar los conocimientos administrativos previamente adquiridos en la carrera y ofrece al alumno una serie de herramientas y métodos para que la empresa o institución mejore su propuesta de valor hacia el cliente y se diferencia de la competencia; para así sostenerse en el tiempo.

El marketing es el responsable de generar rentabilidad a la empresa a partir de captar, retener y fidelizar a los clientes, a quienes se busca satisfacer sus necesidades. El marketing es la conexión entre el consumidor y la empresa pues nos permite conocer qué, cómo, cuándo y dónde demanda el producto el cliente. Es, por tanto, el timón de la empresa.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.2	Conceptos de marketing
1.3	Historia del marketing
1.4	Construcción conceptual del marketing
1.5	Diferencia entre marketing y ventas
1.6	Pasos a seguir para establecer una empresa desde el punto de vista del marketing
1.7	Consumo: definición y características
1.8	Análisis de la doble dimensión que opera el hombre
1.9	Relación objeto-imagen como fuente de ingresos para las empresas
1.100000000 000001	Importancia y relevancia del marketing de las empresas que buscan excelencia
2.1	Rol de la Estrategia del Marketing: Factores Estratégicos
2.4	Objetivos Estratégicos del Marketing

2.2000000000 000002	Explicación del Gráfico del Marketing como un Proceso Estratégico
2.2999999999 999998	Cuatro Pilares Fundamentales de la Filosofía del Marketing
3.1	Elementos claves a ser considerados en un Plan de Mercadeo
3.2	Estructura de un plan de marketing
3.3	Segmentación y Target
3.4	Posicionamiento
3.5	El mix de marketing

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

aq. Conocer los lineamientos que las empresas deben seguir para entrar en un proceso de internacionalización

-Analizar las principales variables de los mercados, para poder tener información asimétrica y reducir el riesgo en la toma de decisiones.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos
-Dominar el impacto de las variables exógenas (económicas) en una visión de marketing como estrategia empresarial.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos
-Identificar los principales factores críticos de los diferentes sectores industriales, para alinear el STP.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a	Aporte	Calificación	Semana
		evaluar			
Evaluación escrita	Prueba escrita de conocimientos	Introducción al Marketing	APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 4 (05-ABR- 21 al 10-ABR-21)
Evaluación escrita	Prueba de conocimientos	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas	APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 8 (03-MAY- 21 al 08-MAY-21)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo de investigación de fin de ciclo	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	APORTE DESEMPEÑO	4	Semana: 19-20 (19- 07-2021 al 25-07- 2021)
	APORTE CUMPLIMIENTO		APORTE CUMPLIMIENT O	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	Examen Asincrónico de investigación en grupos	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	EXAMEN FINAL ASINCRÓNIC O	10	Semana: 19-20 (19- 07-2021 al 25-07- 2021)
Evaluación escrita	Evaluación escrita de conocimientos	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19- 07-2021 al 25-07- 2021)
Trabajos prácticos - productos	Examen Asincrónico de investigación en grupos	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	SUPLETORIO ASINCRÓNIC O	10	Semana: 19-20 (19- 07-2021 al 25-07- 2021)
Evaluación escrita	Evaluación escrita de conocimientos	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19- 07-2021 al 25-07- 2021)

Metodología

Descripción	Tipo horas
Los Estudiantes formarán grupos de 4 personas para realizar el trabajo de fin de ciclo y el examen asincrónico	Autónomo
Los estudiantes participarán en las sesiones de zoom y se calificará su participación, por tanto es muy importante estar atento a las preguntas del profesor	

Criterios de evaluación

6. Referencias Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KOTLER, PHILIP;	Pearson	Fundamentos de marketing	2007	
ARMSTRONG, GARY.				
Web				
Software				
Revista				
Bibliografía de apoy	/0			
Libros				
Web				
Software				
Revista				
	ocente		Directo	or/Junta

Fecha aprobación: 15/03/2021

Estado: Aprobado