

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE MARKETING

1. Datos generales

Materia: SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MARKETING
Código: MTC0016
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2023 a Julio-2023
Profesor: ORELLANA CORDERO MARCOS PATRICIO
Correo electrónico: marore@uazuay.edu.ec

Nivel: 6

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
48	16	32	64	160

Prerrequisitos:

Código: MTC0006 Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II

2. Descripción y objetivos de la materia

La asignatura cubrirá la gestión de la información de una organización bajo el enfoque de transformarla en conocimiento. El conocimiento es básico para que los mandos medios y altos tomen decisiones que enruben la empresa hacia la eficiencia y eficacia, promoviendo la creación de nuevo conocimiento y un consecuente de innovación y desarrollo. Se cubrirán aspectos fundamentales en los sistemas de soporte a la decisión aplicadas a estrategias de marketing.

El SIM es imprescindible para el perfil profesional del estudiante ya que le permitirá ver los negocios desde un punto de vista más global, tener una competencia importante y que las empresas en la actualidad lo solicitan. Poner en práctica y adaptar estrategias de empresas multinacionales que han tenido éxito empresarial y que en la actualidad son las líderes en sus industrias.

La importancia de los Sistemas de información de Marketing radica que la Información en la actualidad es el arma fundamental para la subsistencia de los negocios y una información ordenada y clara nos permitirá liderar nuestro mercado con una ventaja competitiva notable y dar el valor agregado que el marketing busca para los productos o servicios.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



4. Contenidos

1.	Introducción a los sistemas de conocimiento
1.1.	Concepciones de los sistemas de conocimiento
2.1.	Conceptos fundamentales
2.2.	Eficacia, eficiencia, pertinencia, vigencia
2.3.	Técnica, tecnología, ingeniería, innovación
2.4.	Dato, información y conocimiento
2.5.	Niveles operativo, táctico, estratégico

2.6.	Conocimiento explícito y tácito
2.7.	La creación y representación del conocimiento
2.8.	La conversión del conocimiento
3.1.	Sistema de soporte a la decisión
3.2.	Minería de datos
3.3.	Clasificación
3.4.	Análisis de clúster
3.5.	Asociación y patrones secuenciales
3.6.	Predicción
4.1.	Segmentación del mercado
4.2.	Detección de riesgos de pérdida de cliente
4.3.	Marketing directo
4.4.	Marketing interactivo
4.5.	Análisis de cesta de compra

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

OFI. Maneja de forma eficiente las aplicaciones y los softwares en el campo de marketing.

-Construcción de la Base de Datos	-Evaluación escrita -Proyectos -Prácticas de laboratorio
-Formulación de modelos multivariados	-Evaluación escrita -Proyectos -Prácticas de laboratorio
-Utilización de la estadística descriptiva e inferencial	-Evaluación escrita -Proyectos -Prácticas de laboratorio
-Utilización de la estadística multivariada	-Evaluación escrita -Proyectos -Prácticas de laboratorio
-Validación de los datos	-Evaluación escrita -Proyectos -Prácticas de laboratorio

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Evaluación escrita	Conocimiento, Introducción a los sistemas de conocimiento	APORTE	7	Semana: 5 (10-ABR-23 al 15-ABR-23)
Prácticas de laboratorio	Prácticas en clase	Conocimiento, Introducción a los sistemas de conocimiento	APORTE	3	Semana: 5 (10-ABR-23 al 15-ABR-23)
Evaluación escrita	Evaluación escrita	Descubrir el conocimiento (KDD)	APORTE	7	Semana: 9 (08-MAY-23 al 13-MAY-23)
Prácticas de laboratorio	Prácticas de laboratorio	Descubrir el conocimiento (KDD)	APORTE	3	Semana: 9 (08-MAY-23 al 13-MAY-23)
Evaluación escrita	Evaluación escrita	KDD para marketing	APORTE	7	Semana: 12 (29-MAY-23 al 03-JUN-23)
Prácticas de laboratorio	Prácticas de laboratorio	KDD para marketing	APORTE	3	Semana: 12 (29-MAY-23 al 03-JUN-23)
Proyectos	Proyecto Final, 10 puntos documento, 10 puntos sustentación	Conocimiento, Descubrir el conocimiento (KDD), Introducción a los sistemas de conocimiento, KDD para marketing	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (02-07-2023 al 15-07-2023)
Evaluación escrita	Prueba escrita y práctica	Conocimiento, Descubrir el conocimiento (KDD), Introducción a los sistemas de conocimiento, KDD para marketing	SUPLETORIO	20	Semana: 19 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
El estudiante deberá revisar en su tiempo autónomo el material teórico entregado y sobre todo dedicar tiempo a la resolución de ejercicios en la herramienta para desarrollar procesos en Ciencia de Datos	Autónomo
La metodología involucra la resolución de ejercicios relacionados al proceso de desarrollo de proyectos de Minería de Datos, se complementa con al explicación del funcionamiento de algoritmos.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
En su tiempo autónomo el estudiante debe solucionar los talleres y cumplir con los objetivos de los mismos. Se considera el trabajo autónomo y en grupos dependiendo del grado de complejidad de los problemas entregados.	Autónomo
Se considera el cumplimiento de los ejercicios en la herramienta especializada, o en los talleres con herramientas afines a la Minería de Datos dentro y fuera de clase. Tanto los trabajos desarrollados en la herramienta, cuanto los trabajos que involucren el desarrollo de textos serán controlados estrictamente con herramientas antiplagio.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
COHEN DANIEL, ASÍN ENRIQUE	McGraw Hill	SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA LOS NEGOCIOS	2005	970-10-4652-8

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **09/03/2023**

Estado: **Aprobado**