



## FACULTAD DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### ESCUELA DE INGENIERÍA EN ALIMENTOS

#### 1. Datos generales

**Materia:** MARKETING GERENCIAL  
**Código:** CTE0426  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Septiembre-2016 a Febrero-2017  
**Profesor:** VERA REINO JOSE LEONARDO  
**Correo electrónico:** jvera@uazuay.edu.ec

**Nivel:** 9

#### Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
2				2

#### Prerrequisitos:

Ninguno

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

La materia abarca las definiciones de marketing, los pilares fundamentales y la identificación de necesidades, análisis de matriz de crecimiento y participación (BCG), el estudio de los entornos, la segmentación, el posicionamiento y la introducción a la investigación de mercados.

Márketing Gerencial permite conocer las necesidades insatisfechas del mercado, identificar los segmentos a los que se debe promocionar los productos y canalizar correctamente los recursos de las empresas para obtener el máximo de ventas de en cada sector que se analiza. En una pequeña empresa se puede realizar su propio plan de mercadeo.

La asignatura se articula con la Gestión Empresarial, la Gestión de la Calidad, a la vez que permite identificar el desarrollo e Innovación de productos en las diferentes tecnologías.

#### 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

#### 4. Contenidos

#### 5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

as. Coordinar la administración y comunicación de las oportunidades insatisfechas detectadas en el mercado y que pueden ser elaboradas en la agroindustria local.

-• Identificar las necesidades insatisfechas y planificar su comunicación efectiva a los segmentos involucrados

-Evaluación escrita  
-Resolución de ejercicios, casos y otros

av. Conocer los requisitos necesarios y contar con la motivación suficiente para iniciar una microempresa mediante los estudios de mercado en la región.

-• Reconocer los problemas y plantear soluciones acordes al entorno empresarial, logrando un posicionamiento diferenciado.

-Evaluación escrita  
-Resolución de ejercicios, casos y otros

## Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Capitulo 1 y mitad del 2	El entorno de marketing, Introducción a la disciplina del Marketing	APORTE 1	10	Semana: 6 (17-OCT-16 al 22-OCT-16)
Evaluación escrita	Capitulo 2 y 3	El entorno de marketing, Segmentación y posicionamiento	APORTE 2	5	Semana: 11 (21-NOV-16 al 26-NOV-16)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Capitulo 2 y 3	El entorno de marketing, Segmentación y posicionamiento	APORTE 2	5	Semana: 11 (21-NOV-16 al 26-NOV-16)
Evaluación escrita	Capitulo 3 y 4	Investigación de mercados, Segmentación y posicionamiento	APORTE 3	5	Semana: 16 ( al )
Resolución de ejercicios, casos y otros	Capitulo 3 y 4	Investigación de mercados, Segmentación y posicionamiento	APORTE 3	5	Semana: 16 ( al )
Evaluación escrita	Capitulo 1,2,3,4	El entorno de marketing, Introducción a la disciplina del Marketing, Investigación de mercados, Segmentación y posicionamiento	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Evaluación escrita	Todo el contenido	El entorno de marketing, Introducción a la disciplina del Marketing, Investigación de mercados, Segmentación y posicionamiento	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)

## Metodología

## Criterios de evaluación

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KOTLER Y ARMSTRONG	Pearson	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2008	978-970-26-1186-8

#### Web

#### Software

#### Revista

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
PHILIP KOTLER, GARY ARMSTRONG	Pearson Educación	MARKETING, VERSIÓN PARA LATINOAMÉRICA	2007	978-970-26-0770-0
JOSE ANTONIO PARIS	ERREPAR	MARKETING ESENCIAL	2009	978-987-01-0906-8

#### Web

Autor	Título	Url
Marketing Publishing	Ebrary	<a href="http://site.ebrary.com/lib/uasuausp/detail.action?docID=10219445&amp;p0=marketing">http://site.ebrary.com/lib/uasuausp/detail.action?docID=10219445&amp;p0=marketing</a>

#### Software

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **02/08/2016**

Estado: **Aprobado**