



FACULTAD DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

ESCUELA DE INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

1. Datos generales

Materia: MERCADEO Y VENTAS
Código: CTE0197
Paralelo: A
Periodo: Septiembre-2016 a Febrero-2017
Profesor: CRESPO MARTINEZ PAUL ESTEBAN
Correo electrónico: ecrespo@uazuay.edu.ec

Nivel: 9

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

Prerrequisitos:

Código: CTE0057 Materia: DISEÑO DE PRODUCTOS
 Código: CTE0211 Materia: MICROECONOMÍA

2. Descripción y objetivos de la materia

Mercadeo y ventas abarca las definiciones de marketing y sus necesidades, 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, manejo del departamento de ventas.

Mercadeo y ventas 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.

Mercadeo y ventas se articula con las asignaturas de control de proyectos, evaluación de proyectos, planeación estratégica a la vez que permite identificar las necesidades del mercado en 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

ab. Hace uso conocimientos técnicos y de gestión administrativa, financiera, comercial y de recursos humanos, en ámbitos gerenciales y administrativos de la empresa

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

Evidencias
 -Evaluación escrita
 -Foros, debates, chats y otros
 -Proyectos
 -Resolución de ejercicios, casos y otros
 -Trabajos prácticos - productos

ap. Integra equipos de gestión de ventas, distribución física y servicio al cliente

-Desarrollar habilidades para tomar decisiones en base a equipos de ventas y proyecciones de distribución y atención al cliente.

-Evaluación escrita
 -Foros, debates, chats y otros
 -Proyectos
 -Resolución de ejercicios,

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

casos y otros
-Trabajos prácticos -
productos

aa. Realiza aprendizaje continuo para generar emprendimiento e innovación empresarial

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

-Evaluación escrita
-Foros, debates, chats y otros
-Proyectos
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Evaluación sobre conceptos básicos de marketing	Desarrollo de estrategias y planes de marketing, Introducción al marketing	APORTE 1	5	Semana: 4 (03-OCT-16 al 08-OCT-16)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Exposición sobre el tema El marketing y el valor para el cliente. Análisis de un caso empresarial.	Desarrollo de estrategias y planes de marketing, Introducción al marketing	APORTE 1	5	Semana: 5 (10-OCT-16 al 15-OCT-16)
Foros, debates, chats y otros	Grupo focal sobre identificación de características de un mercado	Desarrollo de estrategias y planes de marketing, Recopilación de información y análisis del entorno	APORTE 2	3	Semana: 6 (17-OCT-16 al 22-OCT-16)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo sobre investigación de mercados y proyección de ventas.	Creación de valor para el cliente, satisfacción y lealtad, Desarrollo de estrategias y planes de marketing, Investigación de mercados y pronóstico de la demanda, Recopilación de información y análisis del entorno	APORTE 2	7	Semana: 8 (31-OCT-16 al 01-NOV-16)
Trabajos prácticos - productos	Desarrollo de un producto utilizando material reciclado.	Análisis de los mercados industriales, Creación de valor para el cliente, satisfacción y lealtad, Desarrollo de propios productos, Identificación de segmentos y selección del segmento meta, Mercados de consumo y mercados industriales	APORTE 3	5	Semana: 12 (28-NOV-16 al 03-DIC-16)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Mejoramiento del producto terminado y aplicación del marketing para su comercialización	Brand Equity, Comunicación y Promoción, Desarrollo de propios productos, Precio, Tendencias del marketing	APORTE 3	1	Semana: 15 (19-DIC-16 al 23-DIC-16)
Proyectos	Plan de marketing para la comercialización de un producto o servicio	Análisis de los mercados industriales, Brand Equity, Comunicación y Promoción, Creación de valor para el cliente, satisfacción y lealtad, Desarrollo de estrategias y planes de marketing, Desarrollo de propios productos, Identificación de segmentos y selección del segmento meta, Introducción al marketing, Investigación de mercados y pronóstico de la demanda, Mercados de consumo y mercados industriales, Precio, Recopilación de información y análisis del entorno, Tendencias del marketing	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Evaluación escrita	Evaluación escrita sobre los temas tratados en el ciclo	Análisis de los mercados industriales, Brand Equity, Comunicación y Promoción, Creación de valor para el cliente, satisfacción y lealtad, Desarrollo de estrategias y planes de marketing, Desarrollo de propios productos, Identificación de segmentos y selección del segmento meta, Introducción al marketing, Investigación de mercados y pronóstico de la demanda, Mercados de consumo y mercados industriales, Precio, Recopilación de información y análisis del entorno, Tendencias del marketing	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)

Metodología

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
NARESH, K. MALHOTRA	Pearson Educación	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	2008	13:978-970-26-1185-1
PHILIP KOTLER, GARY ARMSTRONG	Pearson Educación	MARKETING	2012	978-607-32-1420-9
PHILIP KOTLER, GARY ARMSTRONG	Pearson Educación	MARKETING, VERSIÓN PARA LATINOAMÉRICA	2007	978-970-26-0770-0

Web

Autor	Título	Url
Cuevas-Casado Romero- Fernández	Ebsco	http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=82541904&site=ehost-live
Bhausahab, Ithape Chatur, Bhamare	Ebsco	http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=84605809&site=ehost-live

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
PHILIP KOTLER; KEVIN LANE KELLER	Pearson	DIRECCIÓN DE MARKETING	2012	978-6-07-321245-8

Web

Software

Autor	Título	Url	Versión
Google	Google Docs	docs.google.com	Web

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **01/08/2016**

Estado: **Aprobado**