



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos generales

Materia: SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MARKETING
Código: FAD0147
Paralelo: A
Periodo: Septiembre-2016 a Febrero-2017
Profesor: FREIRE CRUZ MANUEL R
Correo electrónico: mafreire@uazuay.edu.ec

Nivel: 5

Distribución de horas.

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

Prerrequisitos:

Código: FAD0145 Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II

2. Descripción y objetivos de la materia

La asignatura pretende cubrir el manejo de organizaciones y como pueden ser más eficientes para los roles de la administración mediante tecnología y realizando un análisis cualitativo y cuantitativo poder aplicar sistemas importantes en esta era digital, crear un SIM que permita conocer el comportamiento del consumidor con un fuerte CRM Customer Relationship Management. Veremos desde la metodología de cómo se realiza un sistema de información para identificar una pandemia (como ejemplo) hasta como identificar la información necesaria para un informe de ventas y poder ser efectivo y eficaz con una estrategia de marketing.

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.

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.

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

aa. Analizar el entorno en base a las realidades y necesidades de los mercados locales y globales.

-Realizar un esquema integral de información para mejorar la toma de decisiones identificando el problema esencial.

-Evaluación escrita
 -Investigaciones
 -Trabajos prácticos - productos

ag. Planificar y gestionar Estrategias e Indicadores de Desempeño.

-Habitarse en businessprogram, identificar la mejor solución en software y conocer los sistemas que se encuentran a disposición en la actualidad, Utilizar las TI y ser un referente para crear un SIM de acuerdo a las necesidades que así lo amerite.

-Evaluación escrita
 -Investigaciones
 -Trabajos prácticos - productos

ao. Manejar Modelos Económicos, Contables, Comerciales y Competitivos.

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

-Diseñar el plan de investigación para identificar las necesidades acordes del mercado y poder tener una ventaja competitiva,

Evidencias

-Evaluación escrita
-Investigaciones
-Trabajos prácticos - productos

au. Aplicar de forma óptima las tecnologías de Información y Comunicación vinculadas al área.

-Tener un continuo interés por las nuevas tecnologías y estar siempre en actualizaciones.

-Evaluación escrita
-Investigaciones
-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Capítulos 1,2,3		APORTE 1	4	Semana: 4 (03-OCT-16 al 08-OCT-16)
Investigaciones	Capítulos 1,2,3		APORTE 1	4	Semana: 4 (03-OCT-16 al 08-OCT-16)
Trabajos prácticos - productos	Capítulos 1,2,3,		APORTE 1	2	Semana: 4 (03-OCT-16 al 08-OCT-16)
Evaluación escrita	Capítulos 4,5,6,7		APORTE 2	4	Semana: 9 (07-NOV-16 al 09-NOV-16)
Investigaciones	Capítulos 4,5,6,7		APORTE 2	4	Semana: 9 (07-NOV-16 al 09-NOV-16)
Trabajos prácticos - productos	Capítulos		APORTE 2	2	Semana: 9 (07-NOV-16 al 09-NOV-16)
Evaluación escrita	Capítulos 8 a 12		APORTE 3	4	Semana: 14 (12-DIC-16 al 17-DIC-16)
Investigaciones	Capítulos 8 a 12		APORTE 3	4	Semana: 14 (12-DIC-16 al 17-DIC-16)
Trabajos prácticos - productos	Capítulos 8 a 12		APORTE 3	2	Semana: 14 (12-DIC-16 al 17-DIC-16)
Evaluación escrita	Capítulos 1 a 12		EXAMEN	12	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Investigaciones	Capítulos 1 a 12		EXAMEN	8	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Evaluación escrita	Capitylos 1 a 12		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, PHILIP; ARMSTRONG, GARY.	Pearson	MARKETING: VERSIÓN PARA LATINOAMÉRICA	2007	NO INDICA
LAUDON, KENNETH	PEARSON	SISTEMAS DE INFORMACION GERENCIAL	2010	NO INDICA
MALHOTRA NARESH K	PEARSON	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	2008	NO INDICA

Web

Autor	Título	Url
Biblioteca Digital	Ebrary	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10378624&p00=estadistic
Biblioteca Digital	Ebrary	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10378624&p00=estadistic
Biblioteca Digital	Ebrary	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10378624&p00=estadistic

Software

Autor	Título	Url	Versión
W. Chan Kim y Renee Mauborgne	La Estrategia del Oceano Azul	www.sparknotes.com	

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
EMPRESA EDITORA MACRO EIRL	EMPRESA EDITORA MACRO EIRL	RUTA PRÁCTICA AL SPSS	2008	NO INDICA
NEL QUEZADA LUCIO.	Macro	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	2010	978-612-4034-50-3
NEL QUEZADA LUCIO	Macro	ESTADÍSTICAS CON PASW18	2009	NO INDICA

Web

Autor	Título	Url
Inec	Inec	http://www.inec.gob.ec/home/

Software

Autor	Título	Url	Versión
No Indica	No Indica	NO INDICA	NO INDICA
Office	Excel, Word, Power Point.	NO INDICA	NO INDICA

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **11/08/2016**

Estado: **Aprobado**