



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA CONTABILIDAD SUPERIOR

1. Datos generales

Materia: FUNDAMENTOS DE MARKETING PARA CSU
Código: FAD0071
Paralelo: A, F
Periodo : Septiembre-2016 a Febrero-2017
Profesor: SAQUICELA AGUILAR MARÍA ESTHELA
Correo electrónico: esaquicela@uazuay.edu.ec

Nivel: 6

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
3				3

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Que el futuro profesional adquiera destrezas y conocimientos técnico y científicos sobre el comportamiento de los mercados y pueda ser más competitivo en su vida profesional y de esta manera estar en condiciones de alcanzar el éxito en el mundo de los negocios, robusteciendo así su perfil profesional.

En el contexto general del marketing, debemos manifestar que los Fundamentos del mismo constituyen hoy en día una herramienta elemental en todos los campos del saber humano y en este caso en particular para la correcta formación de los futuros profesionales en el área de la contabilidad; de ahí, que esta materia contribuye para que el futuro profesional cuente con conocimientos sólidos sobre el comportamiento de las necesidades de los mercados, cómo generar valor en las diferentes ofertas para que sean posicionadas en los mismos, analizar las oportunidades y riesgos que presentan los mercados; y, de esta manera alcanzar una formación integral en su carrera.

El Marketing guarda una vinculación estrecha con otras áreas de la malla curricular, como son: Estadística, Microeconomía, Macroeconomía, Administración Financiera, Contabilidad general y de costos, entre otra.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

5. Sistema de Evaluación

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Investigaciones	Ética y responsabilidad social empresarial	EL MARKETING Y SU DINAMICA EN EL MERCADO	APORTE 1	2.5	Semana: 5 (10-OCT-16 al 15-OCT-16)
Reactivos	Capítulo 1	EL MARKETING Y SU DINAMICA EN EL MERCADO	APORTE 1	5	Semana: 5 (10-OCT-16 al 15-OCT-16)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Significado de marketing, satisfacción de necesidades generación de valores y cómo mantener los cons	EL MARKETING Y SU DINAMICA EN EL MERCADO	APORTE 1	2.5	Semana: 5 (10-OCT-16 al 15-OCT-16)
Reactivos	Comportamiento del consumidor y segmentación del mercado	Comportamiento del consumidor y segmentación del mercado	APORTE 2	5	Semana: 10 (14-NOV-16 al 19-NOV-16)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Funcionalidad y entorno de marketing	FUNCIONALIDAD Y ENTORNO DEL MARKETING	APORTE 2	5	Semana: 10 (14-NOV-16 al 19-NOV-16)
Reactivos	Capítulo 3 y 4	ANALISIS DE LA COMPTENCIA, Comportamiento del consumidor y segmentación del mercado	APORTE 3	5	Semana: 15 (19-DIC-16 al 23-DIC-16)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Análisis de la competencia	ANALISIS DE LA COMPTENCIA	APORTE 3	5	Semana: 15 (19-DIC-16 al 23-DIC-16)
Reactivos	Todos los capítulos	ANALISIS DE LA COMPTENCIA, Comportamiento del consumidor y segmentación del mercado, EL MARKETING Y SU DINAMICA EN EL MERCADO, FUNCIONALIDAD Y ENTORNO DEL MARKETING	EXAMEN	10	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Trabajos prácticos - productos	Todos los capítulos	ANALISIS DE LA COMPTENCIA, Comportamiento del consumidor y segmentación del mercado, EL MARKETING Y SU DINAMICA EN EL MERCADO, FUNCIONALIDAD Y ENTORNO DEL MARKETING	EXAMEN	10	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Reactivos	Examen escrito en base a reactivos	ANALISIS DE LA COMPTENCIA, Comportamiento del consumidor y segmentación del mercado, EL MARKETING Y SU DINAMICA EN EL MERCADO, FUNCIONALIDAD Y ENTORNO DEL MARKETING	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	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2013	978-607-32-1722-4

Web

Autor	Título	Url
Marketing Publishing	El Marketing Mix: Concepto, Estrategia Y Aplicaciones	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10202990&p00=marketing
Ruiz, Andrés Julián Hurtado, Proquest Mg; Arango, Ana María Arboleda, Phd		http://search.proquest.com/docview/1032809322?accountid=36552
Martínez Sánchez, Juan M. Jiménez, Emilio	Marketing	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10360832&p00=marketing
Marketing Publishing	El Marketing Mix: Concepto, Estrategia Y Aplicaciones	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10202990&p00=marketing
Ruiz, Andrés Julián Hurtado, Proquest Mg; Arango, Ana María Arboleda, Phd		http://search.proquest.com/docview/1032809322?accountid=36552
Martínez Sánchez, Juan M. Jiménez, Emilio	Marketing	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10360832&p00=marketing
Molina, Arturo; García, Juan A; Gómez, Mar	Proquest	http://search.proquest.com/docview/868669495?accountid=36552
Molina, Arturo; García, Juan A; Gómez, Mar	Proquest	http://search.proquest.com/docview/868669495?accountid=36552

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KOTLER, PHILIP & ARMSTRONG, GARY	Prentice Hall	DIRECCIÓN DE MARKETING	2004	NO INDICA
LAMBIN, JEAN - JACQUES	McGraw Hill	MARKETING ESTRATÉGICO	1997	NO INDICA
PRIDE, WILLIAM M & FERREL O.C	McGraw Hill	MARKETING, CONCEPTOS Y ESTRATEGIAS	1997	NO INDICA

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **26/08/2016**

Estado: **Aprobado**