



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN ESCUELA DE MARKETING

1. Datos generales

Materia: SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MARKETING
Código: MTC606
Paralelo: A
Periodo : Febrero-2025 a Junio-2025
Profesor: ORELLANA CORDERO MARCOS PATRICIO
Correo electrónico: marore@uazuay.edu.ec

Nivel: 6

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 80		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
48	16	16	64	144

Prerrequisitos:

Código: MTC401 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.

La articulación con las demás asignaturas del Marketing, como son Marketing, Marketing Estratégico, Investigación de Mercados, Comportamiento del Consumidor, Segmentación de Mercados, entre las más importantes, permiten conformar este sistema que garantiza un flujo permanente de valiosa información.

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.	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 expltico y tácito
2.7.	La creación y representación del conocimiento
2.8.	La conversión del conocimiento
3.	Descubrir el conocimiento (KDD)
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.	KDD para marketing
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
4.6.	Análisis de tendencias
4.7.	Otras aplicaciones

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

ag. Planificar y gestionar Estrategias e Indicadores de Desempeño.

-Conocer las características del conocimiento y su relación en la investigación y la innovación de nuevos productos. -Evaluación escrita

-Utilizar técnicas de minería de datos para la relevancia y significación de información útil para la organización. -Evaluación escrita

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

-Disenar el plan de investigación para identificar las necesidades acordes del mercado y poder tener una ventaja competitiva. -Evaluación escrita

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

-Aplicar el descubrimiento del conocimiento en problemas que subyacen al marketing. -Evaluación escrita

-Identificar patrones de comportamiento en base a un conjunto de datos y a la selección de atributos. -Evaluación escrita

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Prueba de evaluación teórica-práctica	Conocimiento, Introducción a los sistemas de conocimiento	APORTE	5	Semana: 2 (24/02/2025 al 01/03/2025)
Evaluación escrita	Prueba de evaluación teórica-práctica	Conocimiento, Introducción a los sistemas de conocimiento	APORTE	5	Semana: 4 (10/03/2025 al 15/03/2025)
Evaluación escrita	Prueba de evaluación teórica-práctica	Conocimiento, Descubrir el conocimiento (KDD)	APORTE	5	Semana: 6 (24/03/2025 al 29/03/2025)
Evaluación escrita	Prueba de evaluación teórica-práctica	Conocimiento, Descubrir el conocimiento (KDD)	APORTE	5	Semana: 8 (07/04/2025 al 12/04/2025)
Evaluación escrita	Prueba de evaluación teórica-práctica	Descubrir el conocimiento (KDD), KDD para marketing	APORTE	5	Semana: 10 (21/04/2025 al 23/04/2025)
Evaluación escrita	Prueba de evaluación teórica-práctica	Descubrir el conocimiento (KDD), KDD para marketing	APORTE	5	Semana: 12 (05/05/2025 al 10/05/2025)
Evaluación escrita	Examen de evaluación teórica-práctica	Conocimiento, Descubrir el conocimiento (KDD), Introducción a los sistemas de conocimiento, KDD para marketing	EXAMEN	20	Semana: 16 (02/06/2025 al 07/06/2025)
Evaluación escrita	Examen de evaluación teórica-práctica	Conocimiento, Descubrir el conocimiento (KDD), Introducción a los sistemas de conocimiento, KDD para marketing	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
El estudiante debe revisar en casa las lecturas, y rehacer las prácticas que se presenten en clase, más otras propuestas. Con ello, adquirirá las destrezas necesarias para la aprobación de la materia.	Autónomo
La metodología tiene su componente principal en la sesión de clases, se analizará el componente teórico, y a continuación el componente práctico tiene que ver con su aplicación y utilidad. Se entregarán lecturas sobre las temáticas a tratar.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
El estudiante podrá revisar las pruebas y tener la retroalimentación necesaria. Es indispensable que el estudiante se mantenga revisando los contenidos y realizando las prácticas.	Autónomo
Se tomarán dos pruebas por cada aporte, sobre cinco puntos cada una. Las pruebas verificarán el nivel de la teoría y la práctica. En cualquier caso, que el estudiante cometa fraude académico, se calificará automáticamente con la nota de cero puntos, y una revisión del caso por parte del Decano de la Facultad.	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	978-970-10-6666-9

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
José Hernández Orallo Ma. José Ramírez Quintana César Ferri Ramírez		Introducción a la Minería de Datos		

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **07/02/2025**

Estado: **Aprobado**