



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos generales

Materia: MARKETING RELACIONAL
Código: FAD0238
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2016 a Febrero-2017
Profesor: ASTUDILLO ESPIN VERONICA ROSALVA
Correo electrónico: vastudillo@uazuay.edu.ec

Nivel: 7

Distribución de horas.

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

Prerrequisitos:

Código: FAD0050 Materia: GERENCIA DE VENTAS

2. Descripción y objetivos de la materia

Aspiramos a cubrir algunas herramientas específicas relacionadas a la comprensión y aplicación de las principales técnicas y métodos de la gestión social de redes de marketing en la solución de problemas que se presentan más frecuentemente en el entorno comercial complejo, globalizado y competitivo.

La asignatura comprende las actividades que se desarrollan en el área de la creación de capital social en una organización empresarial en sus aspectos específicos, con el manejo adecuado de la información de la empresa y del mercado para la revisión exhaustiva de todas las acciones comerciales y su posterior propuesta de mejora de la red social que soporta la gestión de mercado de la empresa.

Con el currículo de la carrera se articula con todas las materias, ya que el marketing relacional apoya a entender a cada uno de los actores en la relaciones personales y empresariales.

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

ab. Estudiar y comprender las necesidades sociales, culturales y empresariales de la sociedad.

-Aplicar los modelos de Análisis Psicológico del comportamiento del consumidor

-Evaluación escrita
-Proyectos

as. Manejar de forma eficiente las aplicaciones de Software en el campo del Marketing.

-Manejar adecuadamente la gestión integral del cliente

-Evaluación escrita
-Proyectos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	individual		APORTE 1	10	Semana: 5 (10-OCT-16 al 15-OCT-16)
Evaluación escrita	individual		APORTE 2	10	Semana: 10 (14-NOV-16 al 19-NOV-16)
Proyectos	grupala		APORTE 3	10	Semana: 15 (19-DIC-16 al 23-DIC-16)
Evaluación escrita	individual		EXAMEN	20	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Evaluación escrita	individual		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
PHILIP KOTLER	pearson	DIRECCIÓN DE MARKETING	2012	978-6-07-321245-8

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Alejandro Schnarch	Mc Graw Hill	Nuevo Producto. Creatividad, Innovación y Marketing	2005	
CZINKOTA, MICHAEL R.; RONKAINEN, ILKKA A.	Pearson Educación	MARKETING INTERNACIONAL	2002	0-03-031378-3

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **30/08/2016**

Estado: **Aprobado**