



## FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

### ESCUELA DE DISEÑO DE OBJETOS

#### 1. Datos generales

**Materia:** GESTIÓN 2 OBJETOS  
**Código:** FDI0111  
**Paralelo:** A  
**Periodo:** Septiembre-2016 a Febrero-2017  
**Profesor:** FAJARDO SEMINARIO JOSÉ LUIS  
**Correo electrónico:** jfajardo@uazuay.edu.ec

**Nivel:** 5

#### Distribución de horas.

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

#### Prerrequisitos:

Código: FDI0109 Materia: GESTIÓN 1 OBJETOS

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

Es una asignatura teórica que aborda los conceptos y los fundamentos del Marketing

Esta asignatura se articula con los Talleres, dando información preliminar y estrategias, para que la toma de decisiones en los proyectos de Diseño, sean acordes a las necesidades del contexto.

Contribuirá para que el estudiante pueda vincular sus diseños con las necesidades del contexto y de los diferentes tipos de consumidores.

#### 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

##### aq. Encontrar información del mercado

-2. Identificar los factores que determinan las estrategias de marketing para llegar a la satisfacción de necesidades del mercado meta.

-Evaluación escrita  
 -Proyectos  
 -Reactivos  
 -Trabajos prácticos - productos

##### ar. Contrastar la información del mercado

-2. Identificar los factores que determinan las estrategias de marketing para llegar a la satisfacción de necesidades del mercado meta.

-Evaluación escrita  
 -Proyectos  
 -Reactivos  
 -Trabajos prácticos - productos

##### as. Utilizar la información del mercado

-2. Identificar los factores que determinan las estrategias de marketing para llegar a la satisfacción de necesidades del mercado meta.

-Evaluación escrita  
 -Proyectos  
 -Reactivos  
 -Trabajos prácticos - productos

## Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

### Resultado de aprendizaje de la materia

### Evidencias

#### at. Generar y gestionar proyectos de diseño

-2. Identificar los factores que determinan las estrategias de marketing para llegar a la satisfacción de necesidades del mercado meta.

-Evaluación escrita  
-Proyectos  
-Reactivos  
-Trabajos prácticos - productos

#### ax. Trabajar eficientemente en grupos interdisciplinarios

-1. Reconocer la vinculación entre diseño y mercado.

-Evaluación escrita  
-Proyectos  
-Reactivos  
-Trabajos prácticos - productos

#### ba. Comunicarse técnicamente

-1. Reconocer la vinculación entre diseño y mercado 2. Identificar los factores que determinan las estrategias de marketing para llegar a la satisfacción de necesidades del mercado meta

-Evaluación escrita  
-Proyectos  
-Reactivos  
-Trabajos prácticos - productos

### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Capítulo 1	Conceptos centrales del Marketing, Empresa y Estrategias de Marketing	APORTE 1	5	Semana: 5 (10-OCT-16 al 15-OCT-16)
Trabajos prácticos - productos	Capítulos 2 y 3	Análisis del entorno del Marketing, Empresa y Estrategias de Marketing	APORTE 2	5	Semana: 9 (07-NOV-16 al 09-NOV-16)
Evaluación escrita	Evaluación	Análisis del entorno del Marketing, Empresa y Estrategias de Marketing	APORTE 2	5	Semana: 10 (14-NOV-16 al 19-NOV-16)
Proyectos	Proyecto Aplicado	Análisis del entorno del Marketing, Comportamiento de compra de los consumidores, Marketing Mix	APORTE 3	8	Semana: 15 (19-DIC-16 al 23-DIC-16)
Evaluación escrita	Evaluación	Comportamiento de compra de los consumidores, Estrategia de comunicación de marketing integrada, Marketing Mix	APORTE 3	7	Semana: 16 ( al )
Evaluación escrita	Examen	Análisis del entorno del Marketing, Comportamiento de compra de los consumidores, Conceptos centrales del Marketing, Empresa y Estrategias de Marketing, Estrategia de comunicación de marketing integrada, Marketing Mix	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Evaluación escrita	Examen	Análisis del entorno del Marketing, Comportamiento de compra de los consumidores, Conceptos centrales del Marketing, Empresa y Estrategias de Marketing, Estrategia de comunicación de marketing integrada, Marketing Mix	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 DEL MARKETING.	2003	84-493-0754-6
PARIS, JOSÉ ANTONIO.	Errepar	MARKETING ESENCIAL: UN ENFOQUE LATINOAMERICANO.ARGENTINA	2009	978-987-01-0906-8
RODRÍGUEZ, INMA. (COORDINADORA)	UOC	PRINCIPIOS Y ESTRATEGIAS DE MARKETING	2006	84-9788-426-4

#### Web

Autor	Título	Url
Zárraga, Lucila; Molina, Víctor; Corona, Enrique.	Ebsco	<a href="http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=35a815e6-efa6-4525-88b3-95ef7d282a43%40sessio">http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=35a815e6-efa6-4525-88b3-95ef7d282a43%40sessio</a>
Torres, Eduardo; Muñoz, Cristian.	Ebsco	<a href="http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=84fc36e7-2a37-4094-98fd-b527faa0cdaa%40sessio">http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=84fc36e7-2a37-4094-98fd-b527faa0cdaa%40sessio</a>
Grant Robert.	Dirección Estratégica.	<a href="http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:TlExuwrPNzwJ:scholar.google.com/+dise%C3%B1o+e+">http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:TlExuwrPNzwJ:scholar.google.com/+dise%C3%B1o+e+</a>

#### Software

#### Revista

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KIM,CHAN;MAUBORG	Carvajal Education	LA ESTRATEGIA DEL OCEANO AZUL:COMO DESARROLLAR UN NUEVO MERCADO DONDE LA COMPETENCIA	2005	958450665X, 9789584506658
SANAGUSTIN, EVA	ANAYA MULTIMEDIA	MARKETING DE CONTENIDOS-ESTRATEGIAS PARA ATRAER CLIENTES A TU EMPRESA	2014	8441533881, 9788441533882

#### Web

Autor	Título	Url
Herner, Zeljko, Msc; Marinac, Antun, Msc; Mijoc, Ivo, Bsc	Pro Quest	<a href="http://search.proquest.com/business/docview/993159358/4F41C9ECD A204DF2PQ/2?accountid=36552#center">http://search.proquest.com/business/docview/993159358/4F41C9ECD A204DF2PQ/2?accountid=36552#center.</a>
Ruiz, Andrés Julián Hurtado, Pro Quest Mg; Arango, Ana María Arboleda, Phd	Pro Quest	<a href="http://search.proquest.com/docview/1032809322?accountid=36552">http://search.proquest.com/docview/1032809322?accountid=36552.</a>
Oyvind Helgesen; Nettet, Erik; Voldsund, Terje.	Pro Quest	<a href="http://search.proquest.com/business/docview/213119689/9CE50A9F1 AAD4CC1PQ/13?accountid=36552#center">http://search.proquest.com/business/docview/213119689/9CE50A9F1 AAD4CC1PQ/13?accountid=36552#center.</a>

#### Software

#### Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **24/08/2016**

Estado: **Aprobado**