



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO DE OBJETOS

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 2 OBJETOS
Código: FDI0111
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2017 a Febrero-2018
Profesor: PAZ Y MIÑO FERRI MARIA BELEN
Correo electrónico: bpazymino@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

1.1	Definición de Marketing
1.2	El mercado y las necesidades de los clientes
1.3	Marketing 1.0
1.4	Marketing 2.0
1.5	Marketing 3.0
2.1	Definición de una misión orientada al mercado
2.2	Establecimiento de los objetivos y las metas de la empresa
2.3	Sociedades para establecer relaciones con el cliente
3.1	El microentorno
3.2	El macroentorno
3.3	Segmentación del mercado
3.4	Marketing meta
3.5	Diferenciación y posicionamiento

4.1	Características que afectan el comportamiento del consumidor
4.2	Tipos de comportamientos en la decisión de compra
4.3	El proceso de decisión de compra de nuevos productos
5.1	Producto
5.2	Precio
5.3	Plaza
5.4	Promocion
6	Estrategia de comunicación de marketing integrada
6.1	Comunicaciones de marketing integradas

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

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.

-Informes
-Investigaciones
-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.

-Informes
-Investigaciones
-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.

-Informes
-Investigaciones
-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

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.

-Informes
-Investigaciones
-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

ax. Trabajar eficientemente en grupos interdisciplinarios

-1. Reconocer la vinculación entre diseño y mercado.

-Informes
-Investigaciones
-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

-Informes
-Investigaciones
-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Investigaciones	A partir de la investigación y con mucha creatividad exponer sobre que es el mkt	Conceptos centrales del Marketing	APORTE 1	5	Semana: 2 (02-OCT-17 al 07-OCT-17)
Informes	informes sobre lecturas realizadas	Empresa y Estrategias de Marketing	APORTE 2	5	Semana: 6 (30-OCT-17 al 01-NOV-17)
Investigaciones	Investigación sobre segmentos en un caso particular	Análisis del entorno del Marketing	APORTE 2	5	Semana: 8 (13-NOV-17 al 15-NOV-17)
Informes	Estudio por observación del comportamiento de compra, entrega de informe con conclusiones	Comportamiento de compra de los consumidores	APORTE 3	5	Semana: 12 (11-DIC-17 al 16-DIC-17)
Investigaciones	Estudios de caso, a partir de la investigación de empresas existentes, exposición de los resultados	Estrategia de comunicación de marketing integrada, Marketing Mix	APORTE 3	10	Semana: 14 (al)
Trabajos prácticos - productos	video promocional o publicidad con la estrategia competitiva, enfocada al segmento. Informe con precios, plazas y lugares de posibles distribución del producto a diseñar con la materia de diseño	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 (14-01-2018 al 27-01-2018)
Reactivos	Examen de la materia estudiada durante la cursada	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 (28-01-2018 al 03-02-2018)

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

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Suárez García, Diego	Ed Universidad del Azuay. Revista Coloquio, Cuenca.	El Qhapaq Ñan en las provincias de Azuay, cañar y Loja.	2008	

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **06/09/2017**

Estado: **Aprobado**