



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

1. Datos generales

Materia: AUDITORÍA DE MARKETING
Código: FAD0170
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2017 a Febrero-2018
Profesor: ALVAREZ VALENCIA JUAN FRANCISCO
Correo electrónico: falvarezv@uazuay.edu.ec

Nivel: 9

Distribución de horas.

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

Prerrequisitos:

Código: FAD0147 Materia: SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MARKETING

2. Descripción y objetivos de la materia

Se examinan todas las áreas que intervienen en el planeamiento y ejecución del marketing, con el fin de determinar las deficiencias existentes, constituyéndose éstas a su vez, en oportunidades para futuros planes de mejora. Estos análisis darán como resultado la recomendación o no de un plan de acción que permita mejorar la rentabilidad de la empresa auditada.

Hoy en día, la auditoría en marketing tiene una alta importancia en el mundo empresarial, ya que es considerada como una gran herramienta que analiza y evalúa los programas y acciones del área comercial y de marketing. A través de las auditorías se examinan todas las áreas que afectan a la eficacia del marketing. Esta materia permitirá que los futuros Ingenieros en Marketing tengan las herramientas necesarias para analizar y evaluar programas y acciones de marketing que se han planificado y ejecutado, así como su adecuación al entorno y a la situación del momento.

La materia de Auditoría en Marketing constituirá un refuerzo global de conocimientos adquiridos en materias de ciclos previos. Desarrollará una mirada crítica para la planeación y ejecución del marketing en el ámbito laboral.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	Antecedentes y evolución de la auditoría
1.2	Conceptos de auditoría
1.3	Objetivos, alcance e importancia de la auditoría
1.4	Clasificación de la auditoría y ejemplos
2.1	Definición
2.2	Necesidades de la auditoría administrativa
2.3	Objetivos
2.4	Alcance
3.1	Perfil del auditor
3.2	Habilidades y destrezas

3.3	Experiencia
3.4	Responsabilidad de su ejercicio
4.1	Concepto de auditoría de marketing
4.2	Importancia y beneficios de la auditoría de marketing
4.3	Motivos para desarrollar la auditoría de marketing
4.4	Revisión del Plan de marketing
4.5	Auditoría contable y Auditoría de marketing
4.6	Tipos de auditoría de marketing
5.1	Planeación
5.2	Instrumentación
6.1.1	Macroambiente que afectan el comportamiento comercial de la empresa.
6.1.2	Microambiente que afectan el comportamiento comercial de la empresa.
6.2.1	Funciones de la administración estratégica del marketing.
6.3.1	Auditoría del Marketing mix

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

ad. Desarrollar a profundidad los fundamentos conceptuales del Marketing.

-Conocer a cabalidad el proceso de la Mercadotecnia

-Evaluación escrita

ak. Orientar la organización al cumplimiento de Metas y Objetivos.

-Elaborar informes que indiquen las novedades encontradas y que permitan elaborar de planes de mejora

-Evaluación escrita

bf. Mantener un comportamiento Ético con la Profesión y la Sociedad en general.

-Conocer el perfil, cualidades y responsabilidades del auditor

-Evaluación escrita

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	aporte 1	Auditoría Administrativa, Auditoría. Antecedentes, clasificación	APORTE 1	10	Semana: 5 (23-OCT-17 al 28-OCT-17)
Evaluación escrita	aporte 2	Auditoría de marketing o marketing audit , El auditor	APORTE 2	10	Semana: 10 (27-NOV-17 al 02-DIC-17)
Evaluación escrita	aporte 3	Contenido de la auditoría de marketing y sus componentes , Metodología de la auditoría de marketing	APORTE 3	10	Semana: 15 (02-ENE-18 al 06-ENE-18)
Evaluación escrita	examen final	Auditoría Administrativa, Auditoría de marketing o marketing audit , Auditoría. Antecedentes, clasificación, Contenido de la auditoría de marketing y sus componentes , El auditor , Metodología de la auditoría de marketing	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018)
Evaluación escrita	supletorio	Auditoría Administrativa, Auditoría de marketing o marketing audit , Auditoría. Antecedentes, clasificación, Contenido de la auditoría de marketing y sus componentes , El auditor , Metodología de la auditoría de marketing	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (28-01-2018 al 03-02-2018)

Metodología

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
AMADOR SOTOMAYOR, ALFONSO	Mc Graw Hill	AUDITORÍA ADMINISTRATIVA	2008	13:978-970-10-6535-8
ARENS, ALVIN A	Pearson	AUDITORIA: UN ENFOQUE INTEGRAL	2007	NO INDICA
FRANKLIN F., ENRIQUE BENJAMIN	Pearson	AUDITORÍA ADMINISTRATIVA: GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL CAMBIO	2007	NO INDICA
FRANKLIN, ENRIQUE	Pearson	AUDITORÍA ADMINISTRATIVA: GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL CAMBIO	2009	978-970-26-0784-7
LAMBIN, J; GALLUCCI, C; SICURELLO, C	Mc Graw Hill	DIRECCIÓN DE MARKETING. GESTIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA DEL MERCADO	2009	978-970-10-6710-9
MAS, J; RAMIO, C.	Alfa Omega	ESTRATEGIA Y GESTIÓN COMPETITIVA: AUDITORÍA OPERATIVA EN LA PRÁCTICA	1997	978-970-15-0255-6
MCDONALD, M; LEPPARD, J.	Díaz de Santos	LA AUDITORIA DEL MARKETING. COMO PASAR DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA DE MARKETING	1994	978-847-97-8173-6
PORTER, M; BUENO, E	Pirámide	ESTRATEGIA COMPETITIVA: TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS DE LA EMPRESA Y SUS COMPETIDORES	2009	978-843-68-2338-7

Web

Autor	Título	Url
Mora, Fabiola	Ebrary.Com	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10312383&p00=auditoria%20marketing Evaluac
Quiñones, Javier	Ebrary.Com	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10316906&p00=auditoria%20marketing Audito

Software

Autor	Título	Url	Versión
Microsoft	Excel	Laboratorios UDA	2010

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **06/09/2017**

Estado: **Aprobado**