



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos generales

Materia: MARKETING RELACIONAL
Código: FAD0238
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2017 a Febrero-2018
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

1.1	Introducción al Marketing Relacional
1.2	Definición de relaciones
1.3	Relaciones entre socios
1.4	Relaciones con proveedores
1.5	Relaciones con clientes, multinivel
1.6	Relación con el entorno del negocio
2.1	Contribución desde el Marketing de servicios
2.2	Contribución desde el Marketing Industrial
4.1	Teoría de la dependencia de los recursos
4.2	Teoría Institucional Económica
4.3	Teoría del intercambio Social

4.4	Teoría de la Relación contractual
4.5	Teoría de los paradigmas y política económica
6.1	Relaciones con intermediarios
6.2	Relaciones con Clientes finales
6.3	Relaciones con competidores
6.4	Relaciones con el gobierno
6.5	Relaciones públicas
6.6	Relaciones con proveedores
6.7	Marketing Interno
9.1	Política Relacional
9.2	Disolución de Relaciones
9.3	Investigación Relacional
9.4	Dominio del Marketing Relacional
10.1.1	Subsistemas de CRM
11.1	Marketing relacional Operacional
15.1	Comunicación
15.2	Cooperación
15.3	Comprensión de red de la empresa
15.4	Organización de aprendizaje

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		APOORTE 1	10	Semana: 5 (23-OCT-17 al 28-OCT-17)
Evaluación escrita	individual		APOORTE 2	10	Semana: 10 (27-NOV-17 al 02-DIC-17)
Proyectos	individual		APOORTE 3	10	Semana: 15 (02-ENE-18 al 06-ENE-18)
Evaluación escrita	individual		EXAMEN	20	Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018)
Evaluación escrita	individual		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
PHILIP KOTLER	pearson	DIRECCIÓN DE MARKETING	2012	978-6-07-321245-8

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Rosendo Verónica. Laguna Pilar	DYKINSON	Marketing Relacional	2012	978-84-9031-142-4

Web

Autor	Título	Url
Sarmiento Guede, José Ramón	Marketing de relaciones: aproximación a las relaciones virtuales	http://site.ebrary.com/lib/uasuausp/detail.action?docID=11217087&p00=marketing+relacional
Córdoba López, José Fernando	Del marketing transaccional al marketing relacional	http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265420457002

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **08/09/2017**

Estado: **Aprobado**