



## FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

### ESCUELA DISEÑO TEXTIL Y MODA

#### 1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 2  
 Código: FDI0110  
 Paralelo: A  
 Periodo : Marzo-2018 a Julio-2018  
 Profesor: PAZ Y MIÑO FERRI MARIA BELEN  
 Correo electrónico: bpazymino@uazuay.edu.ec

Nivel: 6

#### Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
3				3

#### Prerrequisitos:

Código: FDI0108 Materia: GESTIÓN 1

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

Gestión 2 es una asignatura teórica que aborda los conceptos y los fundamentos del marketing.

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.
01.01.	El proceso de la Planeación Estratégica
01.01.	Definición de marketing
01.02.	El mercado y las necesidades de los clientes
1.2.	El mercado y las necesidades de los clientes.
01.03.	Filosofías empresariales
1.3.	Filosofías empresariales.
01.04.	La estrategia de marketing y el cliente
1.4.	La relación con los clientes.
01.05.	El plan de marketing
02.01.	Planeación estratégica de la compañía
02.01.	Estrategias de Segmentación
2.1.	Características que afectan el comportamiento de compra.

02.02.	Planeación de marketing y mezcla de marketing
2.2.	El proceso de decisión de compra.
02.03.	El entorno del marketing: micro y macro entorno
3.1.	Segmentación de mercados de consumo
03.01.	Estrategias de Posicionamiento
03.01.	Segmentación de mercados de consumo
03.02.	Identificación y selección del mercado meta
3.2.	Posicionamiento
03.03.	Posicionamiento
3.3.	El nicho de mercado
04.01.	Modelo de comportamiento del consumidor final
04.01.	Producto
4.1.	Estrategia de desarrollo de marca, productos y servicios.
04.02.	Precio
04.02.	Características que afectan el comportamiento
4.2.	El ciclo de vida de los productos.
4.3.	El precio
04.03.	Plaza
04.03.	El proceso de decisión de compra
4.4.	Promoción: herramientas de comunicación comercial.
04.04.	Promoción
4.5.	El punto de venta.
5.1.	Branding.
05.01.	¿Qué es un producto?
05.01.	La caja negra del consumidor
05.02.	Decisiones de productos y servicios
05.02.	Conducta de compra
5.2.	Merchandising visual.
05.03.	Estrategia de desarrollo de marca
5.3.	Planeación y desarrollo de las presentaciones visuales.
05.04.	Marketing de servicios
5.5.	Elementos del merchandising: materiales, diseño, color, iluminación, entre otros.
06.01.	Estrategia de desarrollo de nuevos productos
06.02.	El ciclo de vida de los productos

## 5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

am. Conocer, discutir y aplicar las diversas herramientas de investigación para interpretar los datos del mercado.

Evidencias

---

-Reconocer la Vinculación diseño y mercado

-Informes  
-Investigaciones  
-Proyectos

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

### Resultado de aprendizaje de la materia

### Evidencias

-Reactivos

an. Conocer, estructurar y presupuestar un plan estratégico para aplicarlo a un proyecto de diseño textil e indumentaria, acorde a las necesidades del mercado.

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

-Informes  
-Investigaciones  
-Proyectos  
-Reactivos

-Reconocer la vinculación entre diseño y mercado.

-Informes  
-Investigaciones  
-Proyectos  
-Reactivos

ar. Mantener una comunicación efectiva.

-Reconocer la vinculación entre diseño y mercado.

-Informes  
-Investigaciones  
-Proyectos  
-Reactivos

### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Informes	A partir de un estudio de caso analizar como surge la planeación estratégica	Planeación estratégica. Conceptos básicos	APORTE 1	5	Semana: 3 (26-MAR-18 al 29-MAR-18)
Informes	Realizar una investigación para estudiar el perfil de usuario de la tercera edad con el fin de entender sus preferencias	Segmentación	APORTE 2	5	Semana: 6 (16-ABR-18 al 21-ABR-18)
Informes	En función de la primera investigación llevar a cabo una propuesta que se alinee a las necesidades antes descubiertas para así buscar posibles medios de posicionamiento	Posicionamiento	APORTE 2	5	Semana: 10 (14-MAY-18 al 19-MAY-18)
Investigaciones	Estudio de la caja negra del consumidos, análisis de motivaciones de compra en el segmento corporativo	Teoría de la conducta del consumidor	APORTE 3	10	Semana: 14 (11-JUN-18 al 16-JUN-18)
Reactivos	examen escrito	Marketing Mix, Posicionamiento	APORTE 3	5	Semana: 14 (11-JUN-18 al 16-JUN-18)
Proyectos	A partir del estudio previamente realizado, crear una publicidad que cumpla con las necesidades del segmento	Marketing Mix, Planeación estratégica. Conceptos básicos, Posicionamiento, Segmentación, Teoría de la conducta del consumidor	EXAMEN	15	Semana: 17-18 (01-07-2018 al 14-07-2018)
Reactivos	examen escrito	Marketing Mix, Planeación estratégica. Conceptos básicos, Posicionamiento, Segmentación, Teoría de la conducta del consumidor	EXAMEN	5	Semana: 17-18 (01-07-2018 al 14-07-2018)
Reactivos	examen escrito	Marketing Mix, Planeación estratégica. Conceptos básicos, Posicionamiento, Segmentación, Teoría de la conducta del consumidor	SUPLETORIO	20	Semana: 20 ( al )

### Metodología

### Criterios de evaluación

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
GARY ARMSTRONG; PHILIP KOTLER	Pearson Education	Fundamentos de Marketing	2013	
PARIS, JOSE ANTONIO.	Errepar.	Marketing esencial: un enfoque latinoamericano	2009	
KOTLER, PHILIP; ARMSTRONG, GARY.	Pearson	Fundamentos de marketing	2007	
PETER. J. PAUL	McGraw-Hill	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y ESTRATEGIA DE MARKETING	2006	9701056329

#### Web

---

#### Software

---

#### Revista

---

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

---

#### Web

---

#### Software

---

#### Revista

---

---

Docente

---

Director/Junta

Fecha aprobación: **05/03/2018**

Estado: **Aprobado**