



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

1. Datos generales

Materia: MARKETING ESTRATÉGICO

Código: FAD0047

Paralelo: A

Periodo : Septiembre-2016 a Febrero-2017

Profesor: SAQUICELA AGUILAR MARÍA ESTHELA

Correo electrónico esaquicela@uazuay.edu.ec

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

Prerrequisitos:

Código: FAD0040 Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2. Descripción y objetivos de la materia

El Marketing Estratégico hoy en día constituye una de las herramientas más valiosas para alcanzar el éxito en la gestión empresarial, toda vez que en un mundo moderno como el que vivimos los mercados van siendo más y más competitivos; de ahí, que es imprescindible la aplicación y práctica de estrategias mercadológicas que permitan a las empresas contar con una ventaja competitiva frente a su competencia en los mercados; por lo que sin lugar a dudas esta materia contribuye en un altísimo porcentaje en la formación profesional del futuro Ingeniero Comercial.

Que el futuro profesional en el campo de la Administración de Empresas se constituya en un auténtico profesional con competencias y destrezas que le permitan en su vida profesional ser competitivo y lo que es más desarrollar y poner en práctica sus conocimientos técnico y científicos y de praxis y de esta manera ser diferente y superior en su entorno profesional.

El Marketing Estratégico está vinculado estrechamente con otras áreas de la malla curricular, como son: Administración de Empresas, Estadística, Microeconomía, Macroeconomía, Gestión del talento humano, Fundamentos de Marketing, Investigación de Mercados, Administración de la Producción, Administración Financiera, Investigación Operativa, Elaboración y Administración de Proyectos, entre las más importantes.

3. Contenidos

1.	ESTRATEGIA DE MARKETING
1.1.	Planeación estratégica de marketing (4 horas)
1.2.	Análisis de la situación (4 horas)
1.3.	Creando Ventaja, Sinergia y Filosofía Estratégica (4 horas)
1.4.	Segmentación, marketing meta y posicionamiento (4 horas)
1.5.	Estrategias Competitivas (4 horas)
1.6.	Retos del Comportamiento en la toma de decisiones (4 horas)
2.	PROGRAMA DE MARKETING
2.1.	Estrategia de productos (6 horas)
2.2.	Estrategia de Precios (6 horas)
2.3.	Administración de las cadenas de distribución y abastecimiento (6 horas)
2.4.	Comunicación de marketing integral (6 horas)
3.	IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS
3.1.	Análisis y calidad de decisiones estratégicas (4 horas)
3.2.	Ética y responsabilidad social del marketing (4 horas)
3.3.	Implementación y control del marketing (4 horas)
3.4.	Desarrollando y manteniendo relaciones con el cliente a largo plazo (4 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
as. Administrar el portafolio de productos	
-Identificar, formular y desarrollar las diferentes estrategias y tácticas mercadológicas que permitan establecer y configurar planes de marketing con un nivel superior en los mercados y de esta manera alcanzar una diferenciación en los mismos.	-Reactivos -Reactivos -Trabajos prácticos - productos -Trabajos prácticos - productos
af. Establecer estrategias de precios	
-Formular y desarrollar las estrategias mercadológicas de productos, de fijación de precios, de canales de distribución y de publicidad y promoción, de tal suerte que en forma permanente exista una verdadera innovación en el modelo de los negocios; y, lo que es más una auténtica diferenciación y posicionamiento de las ofertas en los mercados	-Investigaciones -Investigaciones
au. Desarrollar estrategias de publicidad y promoción	
-Desarrollar el marketing electrónico a través del uso de las tecnologías de información como son el internet por medio de las páginas web.	-Evaluación oral -Evaluación oral

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Capítulos 1	ESTRATEGIA DE MARKETING	APOORTE 1	5	Semana: 5 (10/10/16 al 15/10/16)
Trabajos prácticos - productos	Capítulo 1	ESTRATEGIA DE MARKETING	APOORTE 1	5	Semana: 5 (10/10/16 al 15/10/16)
Investigaciones	Capítulo 2	PROGRAMA DE MARKETING	APOORTE 2	5	Semana: 10 (14/11/16 al 19/11/16)
Reactivos	Capítulo 2	PROGRAMA DE MARKETING	APOORTE 2	5	Semana: 10 (14/11/16 al 19/11/16)
Evaluación oral	Capítulo 3	IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS	APOORTE 3	10	Semana: 15 (19/12/16 al 23/12/16)
Reactivos	Todo el sílabo	ESTRATEGIA DE MARKETING, IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS, PROGRAMA DE MARKETING	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Reactivos	Examen escrito en base a reactivos	ESTRATEGIA DE MARKETING, IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS, PROGRAMA DE MARKETING	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)

Metodología

Clase magistral Aprendizaje cooperativo, Aprendizaje por proyectos, Resolución de problemas, Trabajos escritos, Clases apoyadas con TIC'S Grupos Focales, Foros, Herramientas multimedia

Criterios de Evaluación

Se tomarán en consideración los siguientes criterios de evaluación: dominio e integración de conocimientos en la elaboración y desarrollo de trabajos, actitud motivacional y de conocimiento en la sustentación, relación praxis – conocimientos adquiridos, todo esto complementado con la puntualidad en la entrega y sustentación de los trabajos. A su vez se procederá a tomar pruebas escritas de acuerdo con el avance de la materia.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Roger J. Best	Pearson	Marketing Estratégico	2007	978-84-8322-342-0
Philip Kotler: Gary Armstrong	Pearson	Fundamentos de Marketing	2013	978-607-32-1722-4

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ALVAREZ DEL BLANCO	PEARSON	FUSION PERFECTA NEUROMARKETING	2011	9788483227633
KIM,CHAN;MAUBORG	Carvajal Education	LA ESTRATEGIA DEL OCEANO AZUL:COMO DESARROLLAR UN NUEVO MERCADO DONDE LA COMPETENCIA	2005	958450665X, 9789584506658
IDELFONSO GRANDE ESTEBAN	Alfaomega	MARKETING DE LOS SERVICIOS	2012	978-84-7356-857-9
IDELFONSO GRANDE ESTEBAN	Esic Business Marketing School	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DECISIONES Y ESTRATEGIAS DE MARKETING	2013	987-84-7356-893-7

Web

Autor	Título	URL
Ríos, María Del Carmen Domínguez; Ortega, Maricela Resendizver Perfil; Domínguez, Michele Alexandra	Pro Quest	http://search.proquest .
Cruz, Carmen Elisa Lerma; Betancourt, Kelly Vanessa Torres; Castillo, Rodrigo Zúñigaver Perfil	Pro Quest	http://search.proquest .
López- Rúa, Mencía De Garcillán	Pro Quest	http://search.proquest .

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **23/08/2016**

Estado: **Aprobado**