UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ALIMENTOS

1. Datos generales

Materia: MARKETING GERENCIAL
Código: CTE0426
Paralelo:
Periodo : Septiembre-2017 a Febrero-2018
Profesor: GONZALEZ APOLO LADY DIANA
Correo electrónico lgonzalez@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
2				2

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Márketing Gerencial permite conocer las necesidades insatisfechas del mercado, identificar los segmentos a los que se debe promocionar los productos y canalizar correctamente los recursos de las empresas para obtener el máximo de ventas de en cada sector que se analiza. En una pequeña empresa se puede realizar su propio plan de mercadeo.

La materia abarca las definiciones de marketing, los pilares fundamentales y la identificación de necesidades, análisis de matriz de crecimiento y participación (BCG), el estudio de los entornos, la segmentación , el posicionamiento y la introducción a la investigación de mercados.

La asignatura se articula con la Gestión Empresarial, la Gestión de la Calidad, a la vez que permite identificar el desarrollo e Innovación de productos en las diferentes tecnologías.

3. Contenidos

1	**Introducción al marketing**
1.1	Definición, evolución y proceso del marketing (2 horas)
1.2	Relaciones y captura del valor de los clientes (2 horas)
1.3	Panorama del marketing (2 horas)
2	**Conocimiento del mercado y consumidores**
2.1	El entorno del marketing (2 horas)
2.2	Investigación de mercados (2 horas)
2.3	Comportamiento de los consumidores (2 horas)
3	**Segmentación y posicionamiento**
3.1	Segmentación de mercados (2 horas)
3.2	Selección de mercados meta (2 horas)
3.3	Diferenciación y posicionamiento (2 horas)
4	**Creación y transferencia de valor para el cliente**
4.1	Productos y decisiones sobre productos (2 horas)
4.2	Marketing de servicios (2 horas)
4.3	Desarrollo de marcas (2 horas)
4.5	Canales de distribución (2 horas)
4.4000000000	Precios y promociones (2 horas)
5	**Creación de una ventaja competitiva**
5.2	Estrategias competitivas (2 horas)
5.0999999999	Análisis de competidores (2 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
as. Coordinar la administración y comunicación de las oportunidades insatisfechas detectadas en el mercado y que pueden ser elaboradas en la agroindustria local.	
-• Identificar las necesidades insatisfechas y planificar su comunicación efectiva a los segmentos involucrados	-Evaluación escrita -Resolución de ejercicios, casos y otros
av. Conocer los requisitos necesarios y contar con la motivación suficiente para iniciar una microempresa mediante los estudios de mercado en la región.	
-• Reconocer los problemas y plantear soluciones acordes al entorno empresarial, logrando un posicionamiento diferenciado.	-Evaluación escrita -Investigaciones -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Relaciones y captura de valor con el cliente	Introducción al marketing	APORTE 1	5	Semana: 4 (16/10/17 al 21/10/17)
Evaluación escrita	Prueba capítulo 1	Introducción al marketing	APORTE 1	5	Semana: 4 (16/10/17 al 21/10/17)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Estudio de caso	Segmentación y posicionamiento	APORTE 2	4	Semana: 8 (13/11/17 al 15/11/17)
Trabajos prácticos - productos	Estrategias de posicionamiento	Segmentación y posicionamiento	APORTE 2	1	Semana: 9 (20/11/17 al 25/11/17)
Evaluación escrita	Prueba capítulo 2 y 3	Conocimiento del mercado y consumidores, Segmentación y posicionamiento	APORTE 2	5	Semana: 10 (27/11/17 al 02/12/17)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Estudio de caso: promociones	Creación y transferencia de valor para el cliente	APORTE 3	5	Semana: 13 (18/12/17 al 22/12/17)
Investigaciones	Estrategias competitivas	Creación de una ventaja competitiva	APORTE 3	2	Semana: 15 (02/01/18 al 06/01/18)
Evaluación escrita	Prueba capítulo 4 y 5	Creación de una ventaja competitiva, Creación y transferencia de valor para el cliente	APORTE 3	3	Semana: 16 (08/01/18 al 13/01/18)
Evaluación escrita	Examen escrito	Conocimiento del mercado y consumidores, Creación de una ventaja competitiva, Creación y transferencia de valor para el cliente, Introducción al marketing, Segmentación y posicionamiento	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018)
Evaluación escrita	Examen escrito	Conocimiento del mercado y consumidores, Creación de una ventaja competitiva, Creación y transferencia de valor para el cliente, Introducción al marketing, Segmentación y posicionamiento	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (28-01-2018 al 03-02-2018)

Metodología

Las clases serán participativas, manejando conceptos y orientando a pensar en la aplicación práctica. Se utilizarán diapositivas, se realizarán trabajos grupales y se analizarán diferentes casos. Se estimulará la participación activa de los alumnos.

Criterios de Evaluación

En todos los trabajos escritos se evaluará la ortografía, la redacción, la coherencia en la presentación de las ideas y la ausencia de copia textual. En los trabajos tanto escritos como orales se evaluará el nivel de los contenidos, el trabajo en equipo, la presentación y, mediante el análisis de casos reales, la coherencia y refuerzo de los contenidos.
Se valorará la participación activa de los estudiantes durante las clases presenciales mediante evaluaciones conceptuales, análisis y discusión de lectura y trabajos en grupo.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KOTLER Y ARMSTRONG	Pearson	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2008	978-970-26-1186-8

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **15/09/2017**

Estado: **Aprobado**