



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: COMUNICACIÓN Y MERCADEO

Código: CMN0201

Paralelo:

Periodo : Marzo-2020 a Agosto-2020

Profesor: UGALDE SANCHEZ CECILIA ESPERANZA

Correo electrónico: cugalde@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

Ninguno

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	0	16	80	160

2. Descripción y objetivos de la materia

El alumno define e identifica los fundamentos del marketing y los aplica a casos básicos.

3. Contenidos

1	Introducción y planificación estratégica y entorno del marketing
1.2	Retos del Marketing (2 horas)
1.3	Planificación estratégica del marketing (2 horas)
1.4	Proceso de marketing, mkt mix (2 horas)
1.5	Microentorno (2 horas)
1.6	Macroentorno (2 horas)
1.1000000000	Definición y proceso de marketing (2 horas)
2	Segmentación y Posicionamiento
2.1	Sementación (2 horas)
2.4	Posicionamiento (4 horas)
2.2000000000	Mercado Meta (2 horas)
2.2999999999	Buyer persona (2 horas)
3	Estrategia de Productos, Servicios y Marcas
3.1	Producto, desarrollo de productos nuevos, ciclo de vida (2 horas)
3.2	Marketing de servicios, lógica dominante del servicio (4 horas)
3.3	Marca, apego a la marca (2 horas)
3.4	brand essence, brand insights (4 horas)
4	Precio, distribución y promoción
4.2	Canales de marketing, diseño, administración y logística (4 horas)
4.3	Promoción (4 horas)
4.4000000000	Ventas al detalle y mayoreo (2 horas)
4.0999999999	Estrategia de fijación de precios (2 horas)
5	Comunicaciones integradas al marketing, promoción y mkt directo
5.2	Inbound marketing (4 horas)
5.3	Social media, SEO (4 horas)

5.4	Promoción (2 horas)
5.5	Competencia (2 horas)
5.6	Marketing directo (2 horas)
5.7	Marketing sustentable (2 horas)
5.0999999999	CIM (2 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
aj. Define e identifica los fundamentos del marketing y los aplica a casos básicos	
-Identifica qué es y cómo funciona una organización con una orientación hacia el mercado.	-Evaluación escrita -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Prueba y ejercicio del primer capítulo.		APORTE	5	Semana: 4 (22/04/20 al 27/04/20)
Evaluación escrita	Interciclo		APORTE	10	Semana: 8 (20/05/20 al 25/05/20)
Trabajos prácticos - productos	Aportes de ejercicios y tareas a lo largo del ciclo		APORTE	15	Semana: 16 (15/07/20 al 20/07/20)
Evaluación escrita	Toda la materia vista a lo largo del ciclo		EXAMEN	20	Semana: 17-18 (21-07-2020 al 03-08-2020)
Evaluación escrita	Todo lo visto a lo largo del ciclo		SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Criterios de Evaluación

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
PELTON, LOU E	Mc Graw Hill	CANALES DE MARKETING Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	1999	NO INDICA
KOTLER, PHILIP; ARMSTRONG, GARY	PEARSON	MARKETING: VERSIÓN PARA LATINOAMÉRICA	2007	NO INDICA
WILLIAM J. STANTON, BRUCE J. WALKER, MICHAEL J ETZEL	McGraw-Hill	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2007	9701062019, 9789701062012
ROLANDO ARELLANO CUEV	Pearson	MARKETING ENFOQUE AMÉRICA LATINA : EL MARKETING CIENTÍFICO APLICADO A LATINOAMÉRICA	2010	978-6-07-320144-5
BELCH, GEORGE, BELCH, MICHAEL	Mc Graw Hill Interamericana	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN: PERSPECTIVA DE LA COMUNICACIÓN DE MARKETING INTEGRAL	2005	970-10-4680-3
Alejandro Dominguez Doncel	ESIC	METRICAS DEL MARKETING	2010	978-84-7356-773-2
Philip Kotler, Autor ; Kevin Lane Keller, Autor	México : Pearson	Dirección de marketing	2012	978-6-07-321245-8
CHRISTOPHER LOVELOCK, JOCHEN WIRTZ	Pearson Prentice Hall	Marketing de Servicios	2009	

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Alejandro Schnarch Kirberg	McGraw-Hill	Desarrollo de nuevos productos : creatividad, innovación y marketing	2014	978-958-410-432-8
Rosendo Verónica. Laguna Pilar	DYKINSON	Marketing Relacional	2012	978-84-9031-142-4
Hernández Dauder, María Ángeles	Madrid : Anaya Multimedia	Marketing digital : mobile marketing, SEO y analítica	2017	9788441538511
ARMSTRONG, Gary; KOTLER, Philip	Pearson	Fundamentos de Marketing	2013	978-607-32-1723-1

Web

Autor	Título	URL
El Marketing Mix:	Ebrary	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/detail.action?
Young, Antony, Aitken,	Profitable Marketing Communications /	http://site.ebrary.com/lib/uazuay/reader.action?
Christian Grönroos.	Marketing y gestión de servicios: la gestión	https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.
Abatê de Azevedo and	Obsesión por el cliente: cómo obtener y	https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **09/03/2020**

Estado: **Aprobado**