



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
ESCUELA DE ECONOMÍA EMPRESARIAL

### 1. Datos generales

**Materia:** MARKETING I

**Código:** FAD0111

**Paralelo:**

**Periodo :** Marzo-2018 a Julio-2018

**Profesor:** ORTEGA VASQUEZ XAVIER ESTEBAN

**Correo electrónico:** xortega@uazuay.edu.ec

#### Prerrequisitos:

Ninguno

| Docencia | Práctico | Autónomo:            |          | Total horas |
|----------|----------|----------------------|----------|-------------|
|          |          | Sistemas de tutorías | Autónomo |             |
| 4        |          |                      |          | 4           |

### 2. Descripción y objetivos de la materia

El presente curso de Marketing 1 está planificado para que los estudiantes incorporen a su conocimiento integral las principales variables y funciones del mercado; así como manejar de manera eficiente la terminología necesaria para poder diseñar y entender una estrategia competitiva de mercado.

Este curso tiene como objetivo examinar los principios básicos del marketing, los mismos que permitirán al estudiante identificar las herramientas necesarias para el mundo actual de los negocios. El constante cambio producto de la apertura de mercados, a determinado que la gerencia de mercadeo adquiera un papel protagónico en el éxito de las empresas. Factor que será analizado a profundidad para proporcionar al estudiante una visión clara de estrategias de mercadeo y un análisis minucioso de segmentación, target group y posicionamiento.

Importante destacar que los conocimientos en marketing sinérgicamente sumaran valor en la perspectiva económica y empresarial que los economistas posmodernos requieren en su formación integral, como aporte significativo al crecimiento del país.

### 3. Contenidos

|           |   |
|-----------|---|
| <b>1.</b> | <b>Introducción al Marketing</b>  |
| 1.1.      | Importancia y Relevancia del Marketing de las Empresas que buscan excelencia. (4 horas)           |
| 1.2.      | Conceptos de Marketing (4 horas)  |
| 1.3.      | Flujo estacionario y no estacionario, laminar y turbulento (4 horas)                              |
| 1.4.      | Construcción Conceptual del Marketing (4 horas)   |
| 1.5.      | Diferencia entre Marketing y Ventas (2 horas)   |
| 1.6.      | Pasos a seguir para establecer una Empresa desde el Punto de Vista del Marketing (4 horas)        |
| 1.7.      | Consumo: Definición y Características (4 horas)   |
| 1.8.      | Análisis de la Doble dimensión que opera el Hombre (4 horas)                                      |
| 1.9.      | Relación Objeto y Imagen como Fuente de Ingresos para las Empresas (4 horas)                      |
| <b>2.</b> | <b>Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas</b>  |
| 2.1.      | Rol de la Estrategia del Marketing: Factores Estratégicos (4 horas)                               |
| 2.2.      | Explicación del Gráfico del Marketing como un Proceso Estratégico (Ventaja Competitiva) (4 horas) |
| 2.3.      | Cuatro Pilares Fundamentales de la Filosofía del Marketing (4 horas)                              |
| 2.4.      | Objetivos Estratégicos del Marketing (4 horas)  |
| <b>3.</b> | <b>Plan Estratégico De Marketing: Variables Tácticas STP</b>                                      |
| 3.1.      | Elementos Claves a ser considerados en un Plan de Mercadeo. (2 horas)                             |
| 3.2.      | Gráfico del Plan de Marketing (2 horas)   |
| 3.3.      | Segmentación (4 horas)  |
| 3.4.      | Target Group (2 horas)  |

|      |                           |
|------|---------------------------|
| 3.5. | Posicionamiento (4 horas) |
|------|---------------------------|

## 4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

| Resultado de aprendizaje de la materia   | Evidencias   |
|--|--|
| <b>au. Estudiar e interpretar el comportamiento del consumidor y de los agentes económicos vinculados con la empresa.</b>                  |  |
| -Conocer las principales características de los clientes, hábitos de consumo, proceso de compra, re compra, irracionalidad.                | -Evaluación escrita<br>-Trabajos prácticos - productos               |
| -Dominar el impacto de las variables exógenas (económicas) en una visión de marketing como estrategia empresarial.                         | -Evaluación escrita<br>-Proyectos<br>-Trabajos prácticos - productos |
| -Identificar los principales factores críticos de los diferentes sectores industriales, para alinear el STP.                               | -Evaluación escrita<br>-Trabajos prácticos - productos               |
| <b>aw. Implementar estrategias empresariales.</b>  |  |
| -Analizar las principales variables de los mercados, para poder tener información asimétrica y reducir el riesgo en la toma de decisiones. | -Evaluación escrita<br>-Trabajos prácticos - productos               |
| -Formular, ejecutar y controlar estrategias de marketing para crear valor a la empresa.  | -Evaluación escrita<br>-Trabajos prácticos - productos               |

### Desglose de evaluación

| Evidencia                      | Descripción     | Contenidos sílabo a evaluar   | Aporte     | Calificación | Semana                                   |
|--------------------------------|-----------------|---|------------|--------------|--|
| Trabajos prácticos - productos | Trabajos varios | Introducción al Marketing   | APORTE 1   | 10           | Semana: 6 (16/04/18 al 21/04/18)         |
| Trabajos prácticos - productos | Trabajos varios | Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas   | APORTE 2   | 5            | Semana: 11 (21/05/18 al 24/05/18)        |
| Evaluación escrita             | Prueba escrita  | Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas   | APORTE 2   | 5            | Semana: 11 (21/05/18 al 24/05/18)        |
| Trabajos prácticos - productos | Trabajos varios | Plan Estratégico De Marketing: Variables Tácticas STP   | APORTE 3   | 5            | Semana: 15 (18/06/18 al 23/06/18)        |
| Evaluación escrita             | Prueba 2        | Plan Estratégico De Marketing: Variables Tácticas STP   | APORTE 3   | 5            | Semana: 15 (18/06/18 al 23/06/18)        |
| Proyectos                      | Proyecto Final  | Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico De Marketing: Variables Tácticas STP | EXAMEN     | 20           | Semana: 17-18 (01-07-2018 al 14-07-2018) |
| Evaluación escrita             | Examen escrito  | Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico De Marketing: Variables Tácticas STP | SUPLETORIO | 20           | Semana: 20 ( al )                        |

### Metodología

Las diferentes sesiones de clase se desarrollarán bajo exposiciones de los diferentes tópicos planificados en el sílabo, ejemplos y casos reales del marketing posmoderno tanto de empresas locales, nacionales e internacionales permitirá al alumno relacionar la teoría marketera con la propuesta estratégica de modelos de empresas basados en experiencias que revolucionan los diferentes sectores industriales.

La apertura a la retroalimentación y espacios de preguntas por parte de los alumnos será el punto de partida en el aprendizaje significativo.

### Criterios de Evaluación

Redacción académica  
Análisis estratégico  
Bibliografía  
Conclusión

## 5. Referencias

Bibliografía base

## Libros

---

| Autor                              | Editorial             | Título                                | Año  | ISBN |
|------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|------|------|
| KOTLER, Philip.<br>ARMSTRONG, Gary | Pearson Education     | MARKETING Versión para América Latina | 2007 |      |
| Philip Kotler                      |                       | Marketing Versión para Latinoamérica  |      |      |
| FRANK, Bradley. HAYDEE, Calderon   | Pearson Prentice Hall | Marketing Internacional               | 2006 |      |

---

## Web

---

## Software

---

## Bibliografía de apoyo

### Libros

---

### Web

---

| Autor                   | Título                              | URL  |
|-------------------------|-------------------------------------|--|
| Universia               | Artículos relacionados al Marketing | <a href="http://www.universia.com">www.universia.com</a> |
| Asociación de Marketing | Marketing                           | <a href="http://www.ama.com">www.ama.com</a>             |

---

### Software

---

---

Docente

---

Director/Junta

Fecha aprobación: **11/03/2018**

Estado: **Aprobado**