



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos generales

Materia: MARKETING APLICADO

Código: FAD0247

Paralelo:

Periodo : Septiembre-2018 a Febrero-2019

Profesor: SALINAS HERRERA MARÍA ALICIA

Correo electrónico msalinas@uazuay.edu.ec

| Docencia | Práctico | Autónomo: 0 | | Total horas |
|----------|----------|----------------------|----------|-------------|
| | | Sistemas de tutorías | Autónomo | |
| 6 | | | | 6 |

Prerrequisitos:

Código: FAD0047 Materia: MARKETING ESTRATÉGICO

2. Descripción y objetivos de la materia

El presente curso pretende cubrir algunas de las disciplinas particulares más interesantes y de más alta dinámica dentro de la disciplina de la mercadotecnia. En efecto, el marketing, más allá de sus aspectos centrales y sus fundamentos teóricos tiene una infinidad de aplicaciones en las cuales el profesional, según su vocación e intereses puede ir buscando desarrollarse.

Por eso es que, en este espacio, pretendemos cubrir algunas aplicaciones puntuales de la mercadotecnia como son el Marketing Social vinculado a todas las iniciativas no comerciales que, sin embargo, merecen la gestión de imagen y la detallada cobertura de ciertas necesidades específicas. En la misma línea no puede el Marketing alejarse del tema ambiental pues esto es una más de las líneas centrales de análisis.

Por fuera de las líneas comerciales, siempre existe muchísima actividad comunicativa y analítica de mercado en lo referente al tema deportivo y político. Dos tendencias que son profundamente orientadas a la gestión de un profesional moderno.

3. Contenidos

| | |
|------------|--|
| 01. | Introducción al marketing social |
| 1.1 | Orígenes y evolución del Marketing Social (2 horas) |
| 1.2 | Definición del marketing social (2 horas) |
| 1.3 | Implicaciones del Marketing Social (2 horas) |
| 1.4 | Diferencias entre el Marketing Social y RSE (2 horas) |
| 1.5 | Campo de aplicación del Marketing Social (2 horas) |
| 02. | Eco marketing o Marketing ambiental |
| 2.1 | Contexto del eco marketing (2 horas) |
| 2.2 | Evolución del tema ambiental (2 horas) |
| 2.3 | Re conceptualización del marketing ambiental (2 horas) |
| 2.4 | La Estrategia del Eco Marketing (2 horas) |
| 2.5 | El futuro del marketing verde (2 horas) |
| 03. | Marketing Deportivo |
| 3.1 | Importancia del Deporte en la Sociedad (2 horas) |
| 3.2 | El Deporte como fenómeno cultural (2 horas) |
| 3.3 | Estructura del Mercado (2 horas) |
| 3.4 | Expansión y Crecimiento del Deporte como Industria (2 horas) |
| 3.5 | El Deporte como espectáculo (2 horas) |
| 3.6 | Conceptos básicos del marketing deportivo (2 horas) |
| 3.7 | Marketing Mix Deportivo (2 horas) |
| 04. | Marketing Político |

| | |
|------------|--|
| 4.1 | Etapas en la evolución del concepto de Marketing Aplicado al intercambio político (1 horas) |
| 4.2 | Aplicación del concepto de Marketing Político (1 horas) |
| 4.3 | El sistema político (1 horas) |
| 4.4 | Investigación del marketing político: sistemas de información, investigación del marketing político (1 horas) |
| 4.5 | La manipulación de los electores desde el Marketing Político y sus consecuencias para la democracia (1 horas) |
| 4.6 | Proceso de comunicación en el intercambio político : comunicación,medios, campañas y gastos de campañas (1 horas) |
| 4.7 | política e Imagen (1 horas) |
| 05. | Marketing Turístico |
| 5.1 | Características del Producto Turístico: intagilidad, caducidad, agregabilidad, heterogeneidad, subjetividad, individualidad e inmediatez (1 horas) |
| 5.2 | Estrategias del Producto Turístico (1 horas) |
| 5.3 | Estretagias del Producto Turístico: mix de marketing (1 horas) |
| 5.4 | Imagen de un destino Turístico (1 horas) |
| 5.5 | Gestión de un destino turístico (1 horas) |
| 5.6 | Diferentes tipos de destino (2 horas) |
| 06. | Marketing Inmobiliario |
| 6.1 | Dimensión actual del sector de la construcción en el mundo y Ecuador (2 horas) |
| 6.2 | Definición del marketing inmobiliario (2 horas) |
| 6.3 | Actores del Marketing Inmobiliario ; constructores, corredores y tasadores (2 horas) |
| 6.4 | Producto Inmobiliario (2 horas) |
| 6.5 | Estrategias y políticas del Marketing Inmobiliario (2 horas) |
| 6.6 | Estrategias Online (2 horas) |
| 6.7 | Estrategias Offline: (2 horas) |

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

| Resultado de aprendizaje de la materia | Evidencias |
|---|--|
| ac. Orientar su accionar al desarrollo integral y sustentable de la sociedad en función de las últimas tendencias en el campo del marketing. | |
| -El estudiante debe Orientar su accionar al desarrollo integral y sustentable de la sociedad en función de las últimas tendencias en el campo del marketing de forma alta | -Evaluación escrita -Evaluación oral -Proyectos -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -Visitas técnicas |
| ad. Desarrollar a profundidad los fundamentos conceptuales del Marketing. | |
| -El estudiante debe Desarrollar a profundidad los fundamentos conceptuales del Marketing de forma alta | -Evaluación escrita -Evaluación oral -Proyectos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -Visitas técnicas |
| az. Investigar y Desarrollar Nuevos Productos | |
| -El estudiante debe Investigar y Desarrollar Nuevos Productos de forma intensiva | -Evaluación escrita -Evaluación oral -Informes -Proyectos -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -Visitas técnicas |
| ba. Generar nuevas Propuestas, Proyectos, y Soluciones de alto valor y trascendencia social y empresarial. | |
| -El estudiante debe Generar nuevas Propuestas, Proyectos, y Soluciones de alto valor y trascendencia social y empresarial adecuadamente | -Evaluación escrita -Evaluación oral |

-Proyectos
-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos
-Visitas técnicas

Desglose de evaluación

| Evidencia | Descripción | Contenidos sílabo a evaluar | Aporte | Calificación | Semana |
|--------------------------------|----------------------------------|---|------------|--------------|--|
| Trabajos prácticos - productos | exposición oral trabajo práctico | Eco marketing o Marketing ambiental, Introducción al marketing social | APORTE 1 | 5 | Semana: 3 (01/10/18 al 06/10/18) |
| Reactivos | revisión conocimientos teóricos | Eco marketing o Marketing ambiental, Introducción al marketing social | APORTE 1 | 5 | Semana: 4 (09/10/18 al 13/10/18) |
| Trabajos prácticos - productos | presentacion trabajos | Marketing Deportivo, Marketing Político | APORTE 2 | 5 | Semana: 8 (05/11/18 al 10/11/18) |
| Evaluación oral | Revisión contenido teorico | Marketing Deportivo, Marketing Político | APORTE 2 | 5 | Semana: 9 (12/11/18 al 14/11/18) |
| Trabajos prácticos - productos | trabajo práctico | Marketing Inmobiliario, Marketing Turístico | APORTE 3 | 5 | Semana: 15 (al) |
| Reactivos | revisión conocimientos teóricos | Marketing Inmobiliario, Marketing Turístico | APORTE 3 | 5 | Semana: 16 (02/01/19 al 05/01/19) |
| Proyectos | revisión contenidos teóricos | Eco marketing o Marketing ambiental, Introducción al marketing social, Marketing Deportivo, Marketing Inmobiliario, Marketing Político, Marketing Turístico | EXAMEN | 20 | Semana: 19-20 (20-01-2019 al 26-01-2019) |
| Evaluación escrita | evaluación escrita | Eco marketing o Marketing ambiental, Introducción al marketing social, Marketing Deportivo, Marketing Inmobiliario, Marketing Político, Marketing Turístico | SUPLETORIO | 20 | Semana: 21 (al) |

Metodología

Criterios de Evaluación

Las pruebas tendrán un mix tanto en lo teórico como en lo práctico, para que el estudiante tenga la posibilidad de aplicar su aprendizaje.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

| Autor | Editorial | Título | Año | ISBN |
|---|------------------|---|------|-------------------|
| ROLANDO ARELLANO CUEV | Pearson | MARKETING ENFOQUE AMÉRICA LATINA : EL MARKETING CIENTÍFICO APLICADO A LATINOAMÉRICA | 2010 | 978-6-07-320144-5 |
| Philip Kotler, Autor ; Kevin Lane Keller, Autor | México : Pearson | Dirección de marketing | 2012 | 978-6-07-321245-8 |

Web

| Autor | Título | URL |
|---------------------------|---|---|
| Juan A. Mestre Sancho | Gestión en el deporte | https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail . |
| Teodoro Luque | Marketing político. Un análisis de | https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail . |
| David Allen and Juan Luis | El márketing social: de la táctica a la | https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail . |

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

| Autor | Título | URL |
|-----------------------------|---|---|
| Olga Femenía Millet | La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing | https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail . |
| Luis Hernando Jiménez Bulla | Ecoturismo: oferta y desarrollo sistémico regional | https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/reader . |
| Enrique Bueno | Estrategias en el mundo inmobiliario: dónde y cuándo comprar, qué construir y cómo vender, incluso en época de crisis | https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/reader . |

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **17/09/2018**

Estado: **Aprobado**