



## FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

### ESCUELA DE COMUNICACIÓN

#### 1. Datos

**Materia:** COMUNICACIÓN Y MERCADEO  
**Código:** CMN0201  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Marzo-2020 a Agosto-2020  
**Profesor:** UGALDE SANCHEZ CECILIA ESPERANZA  
**Correo electrónico:** cugalde@uazuay.edu.ec  
**Prerrequisitos:**  
 Ninguno

**Nivel:** 2

**Distribución de horas.**

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. Objetivos de Desarrollo Sostenible

#### 4. Contenidos

1	<b>Introducción y planificación estratégica y entorno del marketing</b>
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	<b>Segmentación y Posicionamiento</b>
2.1	Sementación (2 horas)
2.4	Posicionamiento (4 horas)

2.2000000000	Mercado Meta (2 horas)
2.2999999999	Buyer persona (2 horas)
<b>3</b>	<b>Estrategia de Productos, Servicios y Marcas</b>
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)
<b>4</b>	<b>Precio, distribución y promoción</b>
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)
<b>5</b>	<b>Comunicaciones integradas al marketing, promoción y mkt directo</b>
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)

## 5. Sistema de Evaluación

### Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

#### Resultado de aprendizaje de la materia

#### aj. Define e identifica los fundamentos del marketing y los aplica a casos básicos

#### Evidencias

-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.	Introducción y planificación estratégica y entorno del marketing	APORTE	5	Semana: 4 (22/04/20 al 27/04/20)
Evaluación escrita	Interciclo	Estrategia de Productos, Servicios y Marcas, Introducción y planificación estratégica y entorno del marketing, Segmentación y Posicionamiento	APORTE	10	Semana: 8 (20/05/20 al 25/05/20)
Trabajos prácticos - productos	Aportes de ejercicios y tareas a lo largo del ciclo	Comunicaciones integradas al marketing, promoción y mkt directo, Estrategia de Productos, Servicios y Marcas, Precio, distribución y promoción, Segmentación y Posicionamiento	APORTE	15	Semana: 16 (15/07/20 al 20/07/20)
Evaluación escrita	Toda la materia vista a lo largo del ciclo	Comunicaciones integradas al marketing, promoción y mkt directo, Estrategia de Productos, Servicios y Marcas, Introducción y planificación estratégica y entorno del marketing, Precio, distribución y promoción, Segmentación y Posicionamiento	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (21-07-2020 al 03-08-2020)
Evaluación escrita	Todo lo visto a lo largo del ciclo	Comunicaciones integradas al marketing, promoción y mkt directo, Estrategia de	SUPLETORIO	20	Semana: 20 ( al )

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
		Productos, Servicios y Marcas, Introducción y planificación estratégica y entorno del marketing, Precio, distribución y promoción, Segmentación y Posicionamiento			

## Metodología

## Criterios de Evaluación

## 6. 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 INTEGRADA	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	
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: Concepto, Estrategia Y	Ebrary	<a href="http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=10202990">http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=10202990</a>
Young, Antony, Aitken, Lucy	Profitable Marketing Communications / Ebrary	<a href="http://site.ebrary.com/lib/uazuay/reader.action?docID=10177070">http://site.ebrary.com/lib/uazuay/reader.action?docID=10177070</a>
Christian Grönroos.	Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la	<a href="https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3175197&amp;query=lovelock+servicios">https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3175197&amp;query=lovelock+servicios</a>
Abatê de Azevedo and Ricardo Pomeranz	Obsesión por el cliente: cómo obtener y retener clientes en la nueva era del	<a href="https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3191887&amp;query=marketing+relacional">https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3191887&amp;query=marketing+relacional</a>

Software

---

Bibliografía de apoyo

Libros

---

Web

---

Software

---

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **09/03/2020**

Estado: **Aprobado**