



## FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS

### ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

#### 1. Datos

<b>Materia:</b>	FUNDAMENTOS DE MARKETING
<b>Código:</b>	ESI0031
<b>Paralelo:</b>	A
<b>Periodo :</b>	Marzo-2021 a Julio-2021
<b>Profesor:</b>	ABAD MERCHAN MATIAS JERONIMO
<b>Correo electrónico:</b>	matabad@uazuay.edu.ec
<b>Prerrequisitos:</b>	Ninguno

**Nivel:** 6

**Distribución de horas.**

Docencia	Práctico	Autónomo: 56		Total horas	Créditos
		Sistemas de tutorías	Autónomo		
48	16	16	40	120	5

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

La asignatura llega a complementar los conocimientos administrativos previamente adquiridos en la carrera y ofrece al alumno una serie de herramientas y métodos para que la empresa o institución mejore su propuesta de valor hacia el cliente y se diferencie de la competencia; para así sostenerse en el tiempo.

La asignatura propone examinar los principios básicos del marketing, familiarizar al estudiante con la terminología y, finalmente, acompañar al alumno en la preparación de un plan de marketing que incluya diagnóstico situacional, definición de objetivos y planteamiento de estrategias.

El marketing es el responsable de generar rentabilidad a la empresa a partir de captar, retener y fidelizar a los clientes, a quienes se busca satisfacer sus necesidades. El marketing es la conexión entre el consumidor y la empresa pues nos permite conocer qué, cómo, cuándo y dónde demanda el producto el cliente. Es, por tanto, el finón de la empresa.

#### 3. Contenidos

<b>1</b>	<b>Introducción al Marketing</b>
1.2	Conceptos de marketing (2 horas)
1.3	Historia del marketing (2 horas)
1.4	Construcción conceptual del marketing (4 horas)
1.5	Diferencia entre marketing y ventas (4 horas)
1.6	Pasos a seguir para establecer una empresa desde el punto de vista del marketing (2 horas)
1.7	Consumo: definición y características (4 horas)
1.8	Análisis de la doble dimensión que opera el hombre (2 horas)
1.9	Relación objeto-imagen como fuente de ingresos para las empresas (4 horas)
1.1000000000	Importancia y relevancia del marketing de las empresas que buscan excelencia (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)
2.4	Objetivos Estratégicos del Marketing (4 horas)

2.200000000	Explicación del Gráfico del Marketing como un Proceso Estratégico (4 horas)
2.299999999	Cuatro Pilares Fundamentales de la Filosofía del Marketing (4 horas)
<b>3</b>	<b>Plan Estratégico de Marketing</b>
3.1	Elementos claves a ser considerados en un Plan de Mercadeo (2 horas)
3.2	Estructura de un plan de marketing (2 horas)
3.3	Segmentación y Target (4 horas)
3.4	Posicionamiento (4 horas)
3.5	El mix de marketing (8 horas)

#### 4. Sistema de Evaluación

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

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

aq. Conocer los lineamientos que las empresas deben seguir para entrar en un proceso de internacionalización

-Identificar los principales factores críticos de los diferentes sectores industriales, para alinear el STP.

-Evaluación escrita  
-Proyectos  
-Trabajos prácticos - productos

##### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Control de lectura	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 5 (12-ABR-21 al 17-ABR-21)
Trabajos prácticos - productos	Trabajos, ejercicios, ejemplos	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	APORTE DESEMPEÑO	4	Semana: 12 (31-MAY-21 al 05-JUN-21)
Proyectos	Proyectos y casos	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021)
Proyectos	Plan de Marketing	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021)
Evaluación escrita	Evaluación sobre los contenidos revisados en la materia	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021)
Proyectos	Plan de Marketing	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021)
Evaluación escrita	Evaluación sobre los contenidos revisados en la materia	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021)

##### Metodología

##### Criterios de Evaluación

#### 5. Referencias

##### Bibliografía base

##### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KOTLER, PHILIP; ARMSTRONG, GARY.	Pearson	Fundamentos de marketing	2007	

Web

---

Software

---

Bibliografía de apoyo

Libros

---

Web

---

Software

---

\_\_\_\_\_  
Docente

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

Fecha aprobación: 15/03/2021

Estado: Aprobado