



FACULTAD DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ALIMENTOS

1. Datos

Materia: MARKETING GERENCIAL
Código: CTE0426
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2018 a Febrero-2019
Profesor: GONZALEZ APOLO LADY DIANA
Correo electrónico: lgonzalez@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:
 Ninguno

Nivel: 9

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
2				2

2. Descripción y objetivos de la materia

La materia abarca las definiciones de marketing, los pilares fundamentales y la identificación de necesidades, análisis de matriz de crecimiento y participación (BCG), el estudio de los entornos, la segmentación, el posicionamiento y la introducción a la investigación de mercados.

Márketing Gerencial permite conocer las necesidades insatisfechas del mercado, identificar los segmentos a los que se debe promocionar los productos y canalizar correctamente los recursos de las empresas para obtener el máximo de ventas de en cada sector que se analiza. En una pequeña empresa se puede realizar su propio plan de mercadeo.

La asignatura se articula con la Gestión Empresarial, la Gestión de la Calidad, a la vez que permite identificar el desarrollo e Innovación de productos en las diferentes tecnologías.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1	Introducción al marketing
1.1	Definición, evolución y proceso del marketing (2 horas)
1.2	Relaciones y captura del valor de los clientes (2 horas)
1.3	Panorama del marketing (2 horas)
2	Conocimiento del mercado y consumidores
2.1	El entorno del marketing (2 horas)
2.2	Investigación de mercados (2 horas)
2.3	Comportamiento de los consumidores (2 horas)

3	Segmentación y posicionamiento
3.1	Segmentación de mercados (2 horas)
3.2	Selección de mercados meta (2 horas)
3.3	Diferenciación y posicionamiento (2 horas)
4	Creación y transferencia de valor para el cliente
4.1	Productos y decisiones sobre productos (2 horas)
4.2	Marketing de servicios (2 horas)
4.3	Desarrollo de marcas (2 horas)
4.5	Canales de distribución (2 horas)
4.4000000000	Precios y promociones (2 horas)
5	Creación de una ventaja competitiva
5.2	Estrategias competitivas (2 horas)
5.0999999999	Análisis de competidores (2 horas)

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

as. Coordinar la administración y comunicación de las oportunidades insatisfechas detectadas en el mercado y que pueden ser elaboradas en la agroindustria local.

-• Identificar las necesidades insatisfechas y planificar su comunicación efectiva a los segmentos involucrados	-Evaluación escrita -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos
---	--

av. Conocer los requisitos necesarios y contar con la motivación suficiente para iniciar una microempresa mediante los estudios de mercado en la región.

-• Reconocer los problemas y plantear soluciones acordes al entorno empresarial, logrando un posicionamiento diferenciado.	-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	Evaluación escrita	Introducción al marketing	APORTE 1	5	Semana: 4 (09/10/18 al 13/10/18)
Trabajos prácticos - productos	Trabajos prácticos	Introducción al marketing	APORTE 1	5	Semana: 4 (09/10/18 al 13/10/18)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Estudio de caso	Segmentación y posicionamiento	APORTE 2	4	Semana: 8 (05/11/18 al 10/11/18)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo práctico	Conocimiento del mercado y consumidores	APORTE 2	1	Semana: 9 (12/11/18 al 14/11/18)
Evaluación escrita	Evaluación escrita	Conocimiento del mercado y consumidores, Segmentación y posicionamiento	APORTE 2	5	Semana: 10 (19/11/18 al 24/11/18)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Estudio de caso	Creación y transferencia de valor para el cliente	APORTE 3	5	Semana: 13 (10/12/18 al 14/12/18)
Evaluación escrita	Evaluación escrita	Creación de una ventaja competitiva, Creación y transferencia de valor para el cliente	APORTE 3	5	Semana: 16 (02/01/19 al 05/01/19)
Evaluación escrita	Examen escrito	Conocimiento del mercado y consumidores, Creación de una ventaja competitiva, Creación y transferencia de valor para el cliente, Introducción al marketing, Segmentación y posicionamiento	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (20-01-2019 al 26-01-2019)
Evaluación escrita	Examen escrito	Conocimiento del mercado y consumidores, Creación de una ventaja competitiva,	SUPLETORIO	20	Semana: 21 (al)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
		Creación y transferencia de valor para el cliente, Introducción al marketing, Segmentación y posicionamiento			

Metodología

Las clases teóricas serán expositivas, seguidas del desarrollo de trabajos de aplicación en el aula. Los temas estudiados serán evaluados mediante pruebas escritas.

Criterios de Evaluación

En las evaluaciones escritas se tomarán en cuenta el orden, la viabilidad y la aplicación de la teoría. Los trabajos versarán únicamente sobre aplicaciones de la teoría estudiada.

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KOTLER Y ARMSTRONG	Pearson	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2008	978-970-26-1186-8

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 11/09/2018

Estado: Aprobado