



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

### ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

#### 1. Datos generales

**Materia:** MARKETING ESTRATÉGICO

**Código:** AEM0007

**Paralelo:**

**Periodo :** Septiembre-2022 a Febrero-2023

**Profesor:** UGALDE VASQUEZ ANDRÉS FRANCISCO

**Correo electrónico** augalde@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo: 72		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
48	0		72	120

#### Prerrequisitos:

Código: FAM0009 Materia: MARKETING

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

El Marketing Estratégico está vinculado con otras áreas de la malla curricular, como son: Administración de Empresas, Estadística, Microeconomía, Macroeconomía, Administración de Personal, Investigación de Mercados, Administración de la Producción, Administración Financiera, Investigación Operativa, Proyectos, entre las más importantes.

Se analizará detenidamente el entorno del Marketing Estratégico, formulación y aplicación de las estrategias de Marketing, a través de verdaderos programas o planes de acción de Marketing que conduzcan a alcanzar en forma eficiente y oportuna los objetivos planteados en las unidades productivas y lo que es más les permitan satisfacer plenamente las necesidades, exigencias y deseos de los consumidores, razón de ser del Marketing Estratégico; a su vez, se complementará con el análisis del Marketing Electrónico e Internacional.

El Marketing (Mercadotecnia) estratégico hoy en día constituye una de las herramientas más valiosas para alcanzar el éxito en la gestión empresarial, toda vez que en un mundo moderno como el que vivimos los mercados van siendo más y más competitivos; de ahí, que es imprescindible la aplicación y práctica de estrategias mercadológicas que permitan a las empresas contar con una ventaja competitiva frente a su competencia en los mercados.

#### 3. Contenidos

<b>1.</b>	<b>Segmentación, mercados meta y posicionamiento</b>
1.1	Segmentación del mercado (4 horas)
1.2	Mercado meta (2 horas)
1.3	Posicionamiento para obtener ventaja competitiva (2 horas)
1.4	Creación de ventajas competitivas (2 horas)
1.4.1.	Análisis de los competidores (2 horas)
1.4.2.	Estrategias competitivas (2 horas)
<b>2.</b>	<b>Productos, servicios y estrategias de asignación de marca</b>
2.1.	Productos, servicios y experiencias (2 horas)
2.2.	Decisiones de productos y servicios individuales (2 horas)
2.3.	Análisis de la cartera de negocios y UEN (2 horas)
2.4.	Estrategia de asignación de marca: creación de marcas fuertes (2 horas)
2.5.	Marketing de servicios (2 horas)
2.6.	Desarrollo de nuevos productos y estrategias del ciclo de vida (4 horas)
<b>3.</b>	<b>Fijación de precios de producto</b>
3.1.	Factores a considerar y métodos de fijación de precios (2 horas)
3.2.	Estrategias de fijación y ajuste de precios (4 horas)
<b>4.</b>	<b>Canales de marketing y administración de la cadena de abastecimiento</b>
4.1	Cadenas de abastecimiento y red de transferencia de valor (2 horas)

4.2	Logística de marketing y administración de la cadena (2 horas)
4.3	Venta al detalle y mayoreo (2 horas)
5.	<b>Estrategia de comunicación de marketing integrada</b>
5.1	La mezcla de comunicaciones de marketing (2 horas)
5.2	Publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas (2 horas)
6.	<b>Marketing Relacional</b>

## 4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
<b>MKT. Desarrolla a profundidad los fundamentos conceptuales del marketing.</b>	
-Conoce en forma eficiente cómo desarrollar y poner en práctica las diferentes estrategias de Marketing existentes.	-Evaluación oral -Investigaciones -Proyectos

### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Investigaciones	Estado del arte del marketing estratégico		APORTE	10	Semana: 4 (11/10/22 al 15/10/22)
Proyectos	Desarrollo del proceso de segmentación		APORTE	10	Semana: 8 (07/11/22 al 12/11/22)
Evaluación oral	Examen Oral conceptos básicos		APORTE	10	Semana: 13 (12/12/22 al 17/12/22)
Investigaciones	Defensa del Proyecto		EXAMEN	20	Semana: 19 ( al )
Evaluación oral	Defensa Conceptos		SUPLETORIO	20	Semana: 20 ( al )

### Metodología

### Criterios de Evaluación

## 5. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Julián Villanueva y Juan Manuel del Toro		Marketing Estratégico	2018	

#### Web

#### Software

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Idelfonso Grande, Esteban	Esic Business Marketing School	Comportamiento del Consumidor Decisiones y Estrategias de Marketing	2013	
J. Paul Peter, Jerry C. Olson	McGraw Hill	Comportamiento del Consumidor y Estrategia de Marketing	2006	970-10-5632-9

#### Web

Autor	Título	URL
Clara Inés Uribe-Beltrán*	Marketing digital en micro y pequeñas empresas de publicidad de Bogotá	<a href="https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a">https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a</a> .
Daniel Fernando Sabogal-		

Autor	Título	URL
Neira**		
Tsuen-Ho Hsu1 thhsu@nkust.edu.tw Sen-Tien Her2 dshmta@gmail.com Yung-Han Chang3 yhchang@g.ukn.edu.tw Jia-Jeng Hou4 jjhou@mail.ncyu.edu.tw	The Application of an Innovative Marketing Strategy MADM Model--SIVA-Need: A Case Study of Apple Company.	10.7903/ijecs.1972
Jose Joel Cruz Tarrillo1 Karla Liliana Haro Zea2 Juan Jesús Soria Quijaite3	REVISIÓN SISTEMÁTICA: SITUACIÓN ACTUAL DE LA PERSONALIDAD DE MARCA PARA EL POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO	<a href="https://doi.org/10.22267/rtend.222301.192">https://doi.org/10.22267/rtend.222301.192</a>
Harvard Business	Strategic Marketing Scholl	<a href="https://online.hbs.edu/courses/business-strategy/?">https://online.hbs.edu/courses/business-strategy/?</a>

#### Software

Autor	Título	URL	Versión
Genially	Dashboard managment <a href="https://view.genial.ly/61ca886e2592ca0d97633dfe/presentation-introduccion-a-la-economia-silabus">https://view.genial.ly/61ca886e2592ca0d97633dfe/presentation-introduccion-a-la-economia-silabus</a>		Dashboard

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **16/09/2022**

Estado: **Aprobado**