



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

### ESCUELA MARKETING

#### 1. Datos generales

**Materia:** SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MARKETING

**Código:** FAD0147

**Paralelo:**

**Periodo :** Septiembre-2020 a Febrero-2021

**Profesor:** ORELLANA CORDERO MARCOS PATRICIO

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

#### Prerrequisitos:

Código: FAD0145 Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II

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

La importancia de los Sistemas de información de Marketing radica que la Información en la actualidad es el arma fundamental para la subsistencia de los negocios y una información ordenada y clara nos permitirá liderar nuestro mercado con una ventaja competitiva notable y dar el valor agregado que el marketing busca para los productos o servicios.

La asignatura cubrirá la gestión de la información de una organización bajo el enfoque de transformarla en conocimiento. El conocimiento es básico para que los mandos medios y altos tomen decisiones que enrumben la empresa hacia la eficiencia y eficacia, promoviendo la creación de nuevo conocimiento y un consecuente de innovación y desarrollo. Se cubrirán aspectos fundamentales en los sistemas de soporte a la decisión aplicadas a estrategias de marketing.

El SIM es imprescindible para el perfil profesional del estudiante ya que le permitirá ver los negocios desde un punto de vista más global, tener una competencia importante y que las empresas en la actualidad lo solicitan. Poner en práctica y adaptar estrategias de empresas multinacionales que han tenido éxito empresarial y que en la actualidad son las líderes en sus industrias.

#### 3. Contenidos

|     |                                                         |
|-----|---------------------------------------------------------|
| 1   | <b>Introducción a los sistemas de conocimiento</b>      |
| 1.1 | Concepciones de los sistemas de conocimiento (2 horas)  |
| 2   | <b>Conocimiento</b>                                     |
| 2.1 | Conceptos fundamentales (4 horas)                       |
| 2.2 | Eficacia, eficiencia, pertinencia, vigencia (1 horas)   |
| 2.3 | Técnica, tecnología, ingeniería, innovación (1 horas)   |
| 2.4 | Dato, información y conocimiento (4 horas)              |
| 2.5 | Niveles operativo, táctico, estratégico (2 horas)       |
| 2.6 | Conocimiento explícito y tácito (2 horas)               |
| 2.7 | La creación y representación del conocimiento (2 horas) |
| 2.8 | La conversión del conocimiento (2 horas)                |
| 3   | <b>Descubrir el conocimiento (KDD)</b>                  |
| 3.1 | Sistema de soporte a la decisión (4 horas)              |
| 3.2 | Minería de datos (2 horas)                              |
| 3.3 | Clasificación (6 horas)                                 |
| 3.4 | Análisis de clúster (6 horas)                           |
| 3.5 | Asociación y patrones secuenciales (6 horas)            |
| 3.6 | Predicción (6 horas)                                    |
| 4   | <b>KDD para marketing</b>                               |
| 4.1 | Segmentación del mercado (2 horas)                      |

|     |                                                      |
|-----|------------------------------------------------------|
| 4.2 | Detección de riesgos de pérdida de cliente (2 horas) |
| 4.3 | Marketing directo (2 horas)                          |
| 4.4 | Marketing interactivo (2 horas)                      |
| 4.5 | Análisis de cesta de compra (2 horas)                |
| 4.6 | Análisis de tendencias (2 horas)                     |
| 4.7 | Otras aplicaciones (2 horas)                         |

## 4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

| Resultado de aprendizaje de la materia                                                                                 | Evidencias                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| <b>at. Manejar de forma eficiente las aplicaciones de software para Procesamiento de Datos y manejo de Utilitarios</b> |                                         |
| -Construye Base de Datos                                                                                               | -Proyectos<br>-Prácticas de laboratorio |

### Desglose de evaluación

| Evidencia                | Descripción               | Contenidos sílabo a evaluar | Aporte                   | Calificación | Semana                                   |
|--------------------------|---------------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------|------------------------------------------|
| Prácticas de laboratorio | Prácticas de laboratorio  |                             | APORTE DESEMPEÑO         | 5            | Semana: 8 (09/11/20 al 14/11/20)         |
| Prácticas de laboratorio | Prácticas de laboratorio  |                             | APORTE DESEMPEÑO         | 5            | Semana: 13 (14/12/20 al 19/12/20)        |
| Proyectos                | Proyecto de investigación |                             | EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO | 10           | Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021) |
| Proyectos                | Prácticas de laboratorio  |                             | EXAMEN FINAL SINCRÓNICO  | 10           | Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021) |
| Proyectos                | Proyecto de investigación |                             | SUPLETORIO ASINCRÓNICO   | 10           | Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021) |
| Proyectos                | Prácticas de laboratorio  |                             | SUPLETORIO SINCRÓNICO    | 10           | Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021) |

### Metodología

La metodología mediadora estudiante-docente esta planificada a modo de interacción que comprende la fundamentación teórica a cargo de una revisión previa del estudiante en su horario autónomo y a la fundamentación durante las horas presenciales de clase por medio de la aplicación de experiencias y las prácticas sistemáticas. Al final el docente tendrá que sustentar un trabajo final que comprende la recopilación de un tareas en el proceso de investigación a lo largo de todo el ciclo que implica el examen de casos de estudio.

### Criterios de Evaluación

La evaluación tendrá un sustentación teórica importante que se transmita en las prácticas de laboratorio a lo largo de todo el ciclo de aprendizaje. Las prácticas se fundamentan en casos prácticos de aplicación para los profesionales de la carrera. Para demostrar el conocimiento adquirido durante todo el ciclo se presentará ante un tribunal un proyecto final que en base a datos se genere conocimiento que permita tomar decisiones y generar políticas de mercado.

## 5. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

| Autor                               | Editorial | Título                                | Año  | ISBN      |
|-------------------------------------|-----------|---------------------------------------|------|-----------|
| KOTLER, PHILIP;<br>ARMSTRONG, GARY. | Pearson   | MARKETING: VERSIÓN PARA LATINOAMÉRICA | 2007 | NO INDICA |
| LAUDON, KENNETH                     | PEARSON   | SISTEMAS DE INFORMACION GERENCIAL     | 2010 | NO INDICA |
| MALHOTRA NARESH K                   | PEARSON   | INVESTIGACIÓN DE MERCADOS             | 2008 | NO INDICA |

#### Web

| Autor              | Título | URL                                                                                                                       |
|--------------------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Biblioteca Digital | Ebrary | <a href="http://site.ebrary.com/lib/uasuyasp/docDetail.action?">http://site.ebrary.com/lib/uasuyasp/docDetail.action?</a> |

#### Software

| Autor | Título | URL | Versión |
|-------|--------|-----|---------|
|-------|--------|-----|---------|

| Autor                         | Título                        | URL                | Versión |
|-------------------------------|-------------------------------|--------------------|---------|
| W. Chan Kim y Renee Mauborgne | La Estrategia del Oceano Azul | www.sparknotes.com |         |
| Bibliografía de apoyo         |                               |                    |         |
| Libros                        |                               |                    |         |
| Web                           |                               |                    |         |
| Software                      |                               |                    |         |

\_\_\_\_\_  
Docente

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

Fecha aprobación: **16/09/2020**

Estado: **Aprobado**