



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS

ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

1. Datos

Materia: FUNDAMENTOS DE MARKETING
Código: ESI0031
Paralelo: B
Periodo : Marzo-2021 a Julio-2021
Profesor: VALDIVIESO VINTIMILLA RAMON HERNANDO
Correo electrónico: ramon.valdivieso@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:
 Ninguno

Nivel: 6

Distribución de horas.

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

2. Descripción y objetivos de la materia

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.

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.

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 timón de la empresa.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1	Introducción al Marketing
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)
2	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas
2.1	Rol de la Estrategia del Marketing: Factores Estratégicos (4 horas)
2.4	Objetivos Estratégicos del Marketing (4 horas)
2.2000000000	Explicación del Gráfico del Marketing como un Proceso Estratégico (4 horas)
2.2999999999	Cuatro Pilares Fundamentales de la Filosofía del Marketing (4 horas)
3	Plan Estratégico de Marketing
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)

5. 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 -Trabajos prácticos - productos
--	--

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Prueba escrita de conocimientos	Introducción al Marketing	APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 4 (05/04/21 al 10/04/21)
Evaluación escrita	Prueba de conocimientos	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas	APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 8 (03/05/21 al 08/05/21)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo de investigación de fin de ciclo	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	APORTE DESEMPEÑO	4	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Trabajos prácticos - productos	Examen Asincrónico de investigación en grupos	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Evaluación escrita	Evaluación escrita de conocimientos	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Trabajos prácticos - productos	Examen Asincrónico de investigación en grupos	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Evaluación escrita	Evaluación escrita de conocimientos	Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas, Introducción al Marketing, Plan Estratégico de Marketing	SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)

Metodología

Criterios de Evaluación

6. 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**