Fecha Aprobación:
24/03/2015

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS

ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

CARRERA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES MENCION COMERCIO EXTERIOR

Sílabo

1. Datos generales

Materia: FUNDAMENTOS DE MARKETING
Código: CJU0082
Créditos: 4
Nivel: 6
Paralelo: B6-CEX
Eje de formación: BÁSICO
Periodo lectivo: PERIODO MAR/2015 - JUL/2015
Total de horas: 64
Profesor: ROSALES MOSCOSO MARÍA VERÓNICA
Correo electrónico: vrosales@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:
CJU0081 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

2. Descripción y objetivos de la materia

El presente curso de Fundamentos de Marketing está planificado para que los estudiantes incorporen a su conocimiento integral las principales variables y funciones del mercado; así como manejar de manera eficiente la terminología necesaria para poder diseñar y entender una estrategia competitiva de mercado.

Este curso tiene como objetivo examinar los principios básicos del marketing, los mismos que permitirán al estudiante identificar las herramientas necesarias para el mundo actual de los negocios. El constante cambio producto de la apertura de mercados, a determinado que la gerencia de mercadeo adquiera un papel protagónico en el éxito de las empresas. Factor que será analizado a profundidad para proporcionar al estudiante una visión clara de estrategias de mercadeo y un análisis minucioso de segmentación, target group y posicionamiento.

Importante destacar que los conocimientos en marketing sinergeticamente sumaran valor en la perspectiva económica y empresarial que los licenciados en estudios internacionales posmodernos requieren en su formación integral, como aporte significativo al crecimiento del país.

3. Contenidos

1. Introducción al Marketing

1.1. Importancia y Relevancia del Marketing de las Empresas que buscan excelencia (4 horas)

1.2. Conceptos de Marketing (4 horas)

1.3. Historia del Marketing. (4 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 (4 horas)

1.7. Consumo: Definición y Características (4 horas)

1.8. Análisis de la Doble dimensión que opera el Hombre (4 horas)

1.9. Relación Objeto ¿ Imagen como Fuente de Ingresos para las Empresas (4 horas)

2. Evolución Estratégica del Marketing en las Empresas

2.1. Rol de la Estrategia del Marketing: Factores Estratégicos (4 horas)

2.2. Explicación del Gráfico del Marketing como un Proceso Estratégico (Ventaja Competitiva) (4 horas)

2.3. Cuatro Pilares Fundamentales de la Filosofía del Marketing (4 horas)

2.4. Objetivos Estratégicos del Marketing (4 horas)

3. Plan Estratégico de Marketing: Variables Tácticas STP

3.1. Balance de masa Elementos Claves a ser considerados en un Plan de Mercadeo (2 horas)

3.2. Gráfico del Plan de Marketing (2 horas)

3.3. Segmentación (4 horas)

3.4. Target Group (2 horas)

3.5. Posicionamiento (2 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	
- Analizar las principales variables de los mercados, para poder tener información asimétrica y reducir el riesgo en la toma de decisiones.	*- Foros, debates, chats y otros* *- Trabajos prácticos - productos* *- Reactivos*
- Dominar el impacto de las variables exógenas (económicas) en una visión de marketing como estrategia empresarial.	*- Evaluación escrita* *- Foros, debates, chats y otros* *- Trabajos prácticos - productos*
- Identificar los principales factores críticos de los diferentes sectores industriales, para alinear el STP.	*- Foros, debates, chats y otros* *- Trabajos prácticos - productos* *- Evaluación escrita*

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada
Reactivos	Prueba basada en Reactivos	Lo visto hasta la fecha	APORTE I	5,00	9 de abril
Evaluación escrita	prueba escrita	lo visto hasta la fecha	APORTE I	5,00	lunes 13 abril
Foros, debates, chats y otros	Aplicacion de la materia a un proyecto	Lo visto hasta a la fecha	APORTE I	3,00	lunes 23 abril
Foros, debates, chats y otros	Participacion en clases, debates en proyectos	Lo visto hasta la fecha	APORTE I	2,00	cada clase
Foros, debates, chats y otros	participación en clase, participación en los casos y ejemplos	Lo visto en cada clase	APORTE I	2,00	cada clase
Resolución de ejercicios, casos y otros	Analisis de casos presentados	Lo visto hasta la fecha	APORTE I	3,00	16 de abril
Resolución de ejercicios, casos y otros	Aplicación de los conocimientos para la resolución de casos	Lo visto hasta la fecha	APORTE I	3,00	16 de abril de 2015
Foros, debates, chats y otros	participación en clase, participación en los casos y ejemplos	Lo visto en cada clase	APORTE I	2,00	Cada clase
Evaluación escrita	Primera prueba escrita	Lo visto hasta la fecha	APORTE I	5,00	9 de abril de 2015
Resolución de ejercicios, casos y otros	Aplicación de la materia a un caso de estudio	Lo visto hasta la fecha	APORTE I	3,00	16 - 17 de abril de 2015
Foros, debates, chats y otros	Participación en clase, participación en los casos y ejemplos	Lo visto en cada clase	APORTE I	2,00	Todas las clases
Evaluación escrita	Prueba escrita	Lo visto hasta la fecha	APORTE II	5,00	14 mayo
Reactivos	Prueba basada en Reactivos	Lo visto hasta la fecha	APORTE II	5,00	lunes 18 mayo
Trabajos prácticos - productos	Aplicacion de la materia a un proyecto	Lo visto hasta la fecha	APORTE II	3,00	lunes 18 de mayo
Foros, debates, chats y otros	Participación en clase, participación en los casos y ejemplos	Lo visto hasta la fecha	APORTE II	2,00	Cada clase
Resolución de ejercicios, casos y otros	Preparacion y analisis del caso presentado	Lo visto hasta la fecha	APORTE II	3,00	21 de mayo

Foros, debates, chats y otros	Participación en clase, participación en los casos y ejemplos	Lo visto hasta la fecha	APORTE II	2,00	Cada clase
Foros, debates, chats y otros	participación en clase, participación en los casos y ejemplos	Lo visto hasta la fecha	APORTE II	2,00	cada clase
Evaluación escrita	Prueba escrita	Lo visto hasta la fecha	APORTE III	5,00	lunes 22 junio
Trabajos prácticos - productos	Aplicación de la materia a un proyecto	Lo visto hasta la fecha	APORTE III	3,00	lunes 22 de junio
Reactivos	Prueba en base a reactivos	Lo visto hasta la fecha	APORTE III	5,00	18 de junio
Foros, debates, chats y otros	participación en clase, participación en los casos y ejemplos	Lo visto hasta la fecha	APORTE III	2,00	cada clase
Foros, debates, chats y otros	Participación en clase, participación en los casos y ejemplos	Lo visto hasta la fecha	APORTE III	2,00	Cada clase
Resolución de ejercicios, casos y otros	Preparacion y analisis del caso presentado	Lo visto hasta la fecha	APORTE III	3,00	26 de junio
Reactivos	Prueba basada en Reactivos	Todo lo visto durante el ciclo	EXAMEN FINAL	10,00	De acuerdo al cronograma de la Universidad
Trabajos prácticos - productos	Sustentacion y entrega del proyecto aplicando la materia vista en clase	Todo lo visto durante el ciclo	EXAMEN FINAL	10,00	Semana 16
Evaluación escrita	Prueba escrita	Lo visto hasta la fecha	EXAMEN FINAL	10,00	Segun cronograma de la universidad
Trabajos prácticos - productos	Aplicacion de la materia a un proyecto	Lo visto hasta la fecha	EXAMEN FINAL	10,00	Segun cronograma de la universidad

Metodología

La materia se llevará a cabo mediante Clases Magistrales, analisis y discusión de casos, Participación en clases.

Criterios de Evaluación

En Pruebas escritas se medira el conocimiento adquirido de la materia mediante preguntas de tipo teorico asi como práctico y ejemplos.
En la Formulación del Proyecto se considerarán En el trabajo impreso, la coherencia de la propuesta en base a la realidad de la empresa en la cual se aplica el modelo; la redacción en base a terminología técnica mercadológica; ortografía y presentación. Por otra parte, en la sustentación se considerará la fluidez de la exposición, el vocabulario utilizado y el lenguaje corporal de cada expositor.
En la participación se evaluará el interes que preste a la clase y a responder preguntas, la disciplina, el aporte en sus comentarios.
En el Examen Final se considerarán los conocimientos técnicos, la coherencia en la aplicación de los mismos a los casos y situaciones planteadas; así como el vocabulario técnico mercadológico que se utilice en la resolución.

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- FRANK, Bradley. HAYDEE, Calderon.(2006). Marketing Internacional. España: Pearson Prentice Hall. Biblioteca.
- Philip Kotler; Gary Armstrong.(2007). Marketing: versión para latinoamérica. México: Pearson Education. Biblioteca "Hernán Malo" UDA. UDA-BG 68779.

BIBLIOGRAFÍA APOYO

- Kevin Keller.(2008). Administración Estrategica de Marca. México: Pearson Prentice Hall. Biblioteca Hernán Malo González. UDA-BG 68686.
- Kevin Keller.(2008). Administracion Estrategica de Marca. Mexico: Pearson Prentice Hall. Biblioteca Hernan Malo.
- Philip Kotler - Gary Armstrong.(2003). Fundamentos de Marketing. México: Pearson Prentice Hall.
- Philip Kotler - Gary Armstrong.(2012). Marketing. México: Pearson Prentice Hall.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Obtenido de Universia.net: http://www.wharton.universia.net/ index.cfm?fa=viewArticle&ID=2190.
- Marketing Nwes. Obtenido de marketingnwes: www.marketingnwes.com.ec.
- Marketing Publishing. Obtenido de e-libro:
- Marketing para Emprendedores. Obtenido de e-libro:
- Obtenido de Universia.net: http://www.wharton.universia.net/index.cfm?fa=viewArticle&ID=1050.

Software

BIBLIOGRAFÍA

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **24/03/2015**

APROBADO