Fecha Aprobación:
11/04/2016

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO

ESCUELA DE DISENO

CARRERA DE DISEÑO DE INTERIORES

Sílabo

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 2
Código: FDI0110
Créditos: 3
Nivel: 6
Paralelo: 6B-INT
Eje de formación: BÁSICO
Periodo lectivo: PERIODO MAR/2016 - JUL/2016
Total de horas: 48
Profesor: CAZORLA ARTEAGA JUAN FRANCISCO
Correo electrónico: jfcazorla@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:
FDI0108 GESTIÓN 1

2. Descripción y objetivos de la materia

Su importancia radica en que la orientación de esta materia brinda al estudiante herramientas y conceptos que le permitan enfrentar la problemática de diseño desde la relación espacio - producto- venta.

Esta asignatura, de carácter teórico, trata sobre los fundamentos del mercadeo, poniendo un enfásis especial al punto de venta o plaza siendo éste un aspecto de mucha importancia en el diseño de interiores.

Esta asignatura se articula de manera especial con Taller de Diseño al dotar al estudiante de criterios empresariales y de relación con el contexto al momento de diseñar.

3. Contenidos

1. CAPÍTULO 1: CONCEPTOS CENTRALES DEL MARKETING

1.1. Definición de marketing. (2 horas)

1.2. El mercado y las necesidades de los clientes. (2 horas)

1.3. Filosofías empresariales. (2 horas)

1.4. La relación con los clientes. (2 horas)

2. CAPÍTULO 2: COMPORTAMIENTO DE COMPRA

2.1. Características que afectan el comportamiento de compra. (3 horas)

2.2. El proceso de decisión de compra. (2 horas)

3. CAPÍTULO 3: SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO

3.1. Segmentación de mercados de consumo (2 horas)

3.2. Posicionamiento (3 horas)

3.3. El nicho de mercado (4 horas)

4. CAPÍTULO 4: TEORÍA DE LAS CUATRO P'S

4.1. Estrategia de desarrollo de marca, productos y servicios. (2 horas)

4.2. El ciclo de vida de los productos. (4 horas)

4.3. El precio (2 horas)

4.4. Promoción: herramientas de comunicación comercial. (2 horas)

4.5. El punto de venta. (2 horas)

5. CAPÍTULO 5: MERCHANDISING

5.1. Branding. (4 horas)

5.2. Merchandising visual. (3 horas)

5.3. Planeación y desarrollo de las presentaciones visuales. (2 horas)

5.5. Elementos del merchandising: materiales, diseño, color, iluminación, entre otros. (5 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	*Evidencias*
ax. Capacidad de identificar problemas y comprenderlos con relación a la forma y el espacio interior desde la mirada científica	
- Entender las características que afectan el comportamiento de compra del consumidor	*- Proyectos*
ay. Capacidad para indagar información del contexto para identificar problemas	
- Realizar procesos de segmentación de mercados	*- Proyectos*
az. Capacidad para interpretar información del contexto para identificar problemas	
- Entender las características que afectan el comportamiento de compra del consumidor.	*- Proyectos*
- Identificar los cuatro elementos básicos del marketing	*- Proyectos*
- Identificar los cuatro elementos básicos del marketing.	*- Proyectos*
- Realizar procesos de segmentación de mercados	*- Proyectos*
- Realizar procesos de segmentación de mercados.	*- Proyectos*
- Resolver aplicaciones de Merchandising.	*- Proyectos*
bf. Capacidad para mantener un aprendizaje continuo, consecuente con el entorno contemporáneo	
- Identificar los cuatro elementos básicos del marketing	*- Proyectos*
- Realizar procesos de segmentación de mercados	*- Proyectos*
- Resolver aplicaciones de Merchandising	*- Proyectos*

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada
Proyectos	Identificar los factores que determinan la filosofi´a empresarial	Conceptos generales de marketing	APORTE I	1,00	31/03/2016
Proyectos	Identificar las caracteri´sticas del Marketing relacional	Conceptos generales de marketing	APORTE I	1,00	7/04/2016
Reactivos	Evaluar conocimientos sobre conceptos generales de marketing	Conceptos generales de marketing	APORTE I	2,00	7/04/2016
Foros, debates, chats y otros	Conceptos generales de marketing	Conceptos generales de marketing	APORTE I	1,00	7/04/2016
Proyectos	Analizar el comportamiento de compra de clientes cuencanos	Comportamiento de Compra	APORTE II	3,00	21/04/2016
Proyectos	Resolver casos de segmentación y posicionamiento para evaluar los conceptos	Segmentación y Posicionamiento	APORTE II	3,00	28/04/2016
Reactivos	Comportamiento de Compra, Segmentación y Posicionamiento	Evaluación contenidos del capítulo 2 y 3	APORTE II	4,00	19/05/2016
Proyectos	Identificar las características de las 4 Ps del Marketing	Teoría de las 4Ps del Marketing	APORTE III	5,00	7/06/2016
Proyectos	Identificar las características de Merchandising	Merchandising	APORTE III	5,00	16/06/2016
Proyectos	Generación de un proyecto que englobe los conocimientos de la materia	Todos los capítulos	APORTE III	5,00	23/06/2016
Reactivos	Evaluación de todos los contenidos de la materia	Todos los contenidos de la materia	EXAMEN FINAL	20,00	01/07/2016

Metodología

Las clases se dictara´n con el apoyo de diapositivas relacionando teoría y ejemplos prácticos.
Se fomentara´ la participacio´n en clase através de debates y dinámicas ludicas para reforzar los conocimientos.

Criterios de Evaluación

Las evaluaciones sera´n perio´dicas segu´n la programacio´n establecida.
-Desarrollo de proyectos: Definen el entendimiento y uso de estrategias aprendidas. La aplicación de conceptos y la aproximacio´n de estos al mundo laboral. -Exposiciones: Calidad de contenidos, habilidad delexpositor, aporte individual y creatividad. -Foros y debates -Reactivos: Evaluacio´n general de la materia.

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Diamond, J. & Diamond.(1999). Merchandising visual. México: Pearson. INTERNET.
- Kotler, P. & Armostrong.(2008). Fundamentos de Marketing. México: Pearson. INTERNET.
- Lamb Charles W..(2006). Fundamentos de marketing. USA: Cengage Learning Editores. INTERNET.
- Martin, J. & Knoohuizen, N.(1995). Marketing Basics for Designers. USA: Wiley. INTERNET.
- Viggiano Eduardo.(2005). Marketing Del Diseno. Argentina: Nobuko. INTERNET.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Ruiz, Andrés Julián Hurtado, Mg; Arango, Ana Maria Arboleda, PhD. Obtenido de ProQuest: http://search.proquest.com/docview/1032809322?accountid=36552.
- Molina, Arturo; García, Juan A; Gómez, Mar. Obtenido de ProQuest: http://search.proquest.com/docview/868669495?accountid=36552.

Software

BIBLIOGRAFÍA

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **11/04/2016**

APROBADO