

PROGRAMA DE ASIGNATURA – SÍLABO- PRESENCIAL

1. DATOS INFORMATIVOS

MODALIDAD: PRESENCIAL	DEPARTAMENTO: CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO		ÁREA DE CONOCIMIENTO: MARKETING SUPERIOR	
CARRERAS: INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA	NOMBRES ASIGNATURA: CONTROL DE LA GESTIÓN DE MERCADOTECNIA		PERÍODO ACADÉMICO: OCTUBRE 2015 – FEBRERO 2016	
PRE-REQUISITOS: MARKETING, MARKETING ESTRATÉGICO, GESTIÓN DE PRECIOS, GESTIÓN DE CANALES, GESTIÓN DE VENTAS Y TÉCNICAS DE VENTAS, MERCHANDISING Y TRADE MARKETING, GESTIÓN DE PRODUCTOS	CÓDIGO: CADM 37123	NRC: 2701	No. CRÉDITOS: 4	NIVEL: 10
CO-REQUISITOS: NINGUNO	FECHA ELABORACIÓN: SEPTIEMBRE 2015	SESIONES/SEMANA:		EJE DE FORMACIÓN PROFESIONAL
		TEÓRICAS: 4	LABORATORIOS:	
DOCENTE: EDISON FABIÁN POZO MAYORGA				

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

El énfasis del curso está orientado hacia el análisis, evaluación y control de las decisiones y acciones de mercadotecnia, que los responsables de la empresa han tomado para crear valor a la marca y la satisfacción de sus clientes, sobre la base de la evaluación de las decisiones a través de herramientas administrativas propias de la gestión comercial y de mercadotecnia de una empresa. El curso abordará estas cuestiones basándose en la integración de conocimientos previos de la carrera en los diferentes campos de la gestión de mercadotecnia: estratégica, producto, precio, plaza, promoción, ventas, merchandising, entre otras, mientras simultáneamente se aprenderá a aplicar nuevos conceptos en el control de marketing como herramienta de retroalimentación continua en la toma de decisiones de mercadotecnia

CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA A LA FORMACIÓN PROFESIONAL:

Esta asignatura contribuye a la formación de profesionales en marketing creativos e innovadores, proporcionando las herramientas conceptuales y metodológicas necesarias para planificar, ejecutar, verificar y tomar decisiones correctivas en los procesos de control de las actividades de la gestión de marketing.

RESULTADO FINAL DEL APRENDIZAJE:

- Conduce procesos de planificación y ejecución de control de la gestión de marketing

OBJETIVO DE LA ASIGNATURA:

Proporcionar los conocimientos y metodologías requeridas para planificar, organizar y ejecutar el proceso de control de la gestión de la mercadotecnia

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA (ELEMENTO DE COMPETENCIA):

- Valora y evalúa las acciones de mercadotecnia de la organización.
- Prepara informes de trabajo donde sintetiza las observaciones realizadas en las acciones de mercadotecnia
- Resume los hallazgos encontrados en el área de mercadotecnia y emite informes con las respectivas recomendaciones.

2. SISTEMA DE CONTENIDOS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

No.	UNIDADES DE CONTENIDOS	EVIDENCIAS DEL APRENDIZAJE Y SISTEMA DE TAREAS
1	UNIDAD 1: CONTROL ANUAL DEL PLAN DE MARKETING	Resultado de aprendizaje de la Unidad: Desarrolla procesos e informes de control del plan anual de marketing
	Contenidos: 1. Introducción 2. Análisis de ventas 3. Análisis de la participación de mercado 4. Control de gastos de mercadotecnia en base a objetivos de ventas 5. Seguimiento de la satisfacción del cliente	<u>Tarea principal 1:</u> Leer documento de sistemas de mercadotecnia. Tarea 2. Resolución de caso aplicativo Tarea 3. Resolución de caso aplicativo Tarea 4. Resolución de caso aplicativo
2	UNIDAD 2: CONTROL DE LA EFICIENCIA DE LAS ACCIONES DE MERCADOTECNIA	Resultado de aprendizaje de la Unidad: Desarrolla procesos e informes de control de la eficiencia de marketing
	Contenidos: 1. Introducción 2. Eficiencia de la fuerza de ventas 3. Eficiencia de las estrategias y tácticas de producto y precio 4. Eficiencia de las estrategias y tácticas de plaza y distribución 5. Eficiencia de la estrategias y tácticas de la mezcla promocional	<u>Tarea principal 1:</u> Leer documento de sistemas de mercadotecnia. Tarea 2. Resolución de caso aplicativo Tarea 3. Resolución de caso aplicativo Tarea 4. Resolución de caso aplicativo

No.	UNIDADES DE CONTENIDOS	EVIDENCIAS DEL APRENDIZAJE Y SISTEMA DE TAREAS
3	UNIDAD 3: CONTROL DE LA RENTABILIDAD DE MARKETING	Resultado de aprendizaje de la Unidad: Desarrolla procesos e informes de control de la rentabilidad de marketing
3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción 2. Control de la productividad de marketing 3. Control de la Rentabilidad de marketing 	<u>Tarea principal 1:</u> Leer documento de sistemas de mercadotecnia. Tarea 2. Resolución de caso aplicativo Tarea 3. Resolución de caso aplicativo Tarea 4. Resolución de caso aplicativo
4	UNIDAD 4: CONTROL ESTRATÉGICO DE MARKETING	Resultado de aprendizaje de la Unidad: Desarrolla procesos e informes de control estratégico de marketing
4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción 2. Índice de eficacia global de marketing 3. Eficiencia global de marketing 4. Auditoria de marketing 	<u>Tarea principal 1:</u> Leer documento de sistemas de mercadotecnia. Tarea 2. Resolución de caso aplicativo Tarea 3. Resolución de caso aplicativo Tarea 4. Resolución de caso aplicativo

3. PROYECCIÓN METODOLÓGICA Y ORGANIZATIVA PARA EL DESARROLLO DE LA ASIGNATURA

Los métodos y técnicas que se utilizarán para el proceso de enseñanza – aprendizaje son los siguientes:

Métodos:

- Método Analítico – Sintético
- Método Inductivo – Deductivo (Estudio de casos, debates, foros, etc.)

Técnicas:

- Técnicas para la solución de problemas.
- Clase magistral.(Lineamientos, conceptos, teorías, que brinda el docente a los estudiantes sobre la base conceptual)
- Estudio de casos. (Para resolver problemas concernientes al liderazgo)
- Análisis y síntesis de lecturas seleccionadas (para llegar a una conclusión de lo general a lo particular)
- Aplicación de modelos
- Trabajo en equipo (para realizar trabajos colaborativamente)

El empleo de las TIC en los procesos de aprendizaje:

- Para optimizar el proceso de enseñanza-aprendizaje, se utilizará ejemplos manuales y automatizados de la forma de extracción y análisis de información.
- Las Tic's, tecnologías de la información y la comunicación, se las emplearán para efectuar simulaciones de extracción y análisis de información.
- Se utilizará utilitarios básicos como Excel
- Los estudiantes deben tener las competencias para analizar normativa inherente a la profesión y su aplicación, así como analizar y determinar la razonabilidad de los resultados de procesos contables.

4. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE, CONTRIBUCIÓN AL PERFIL DE EGRESO Y TÉCNICA DE EVALUACIÓN.

LOGRO O RESULTADOS DE APRENDIZAJE	NIVELES DE LOGRO			TÉCNICAS DE EVALUACIÓN	EVIDENCIA DEL APRENDIZAJE
	A Alta	B Media	C Baja		
A. Diseñar, conducir experimentos, analizar e interpretar datos.	X			Prueba, trabajos en aula, casos de estudio y trabajo integrador	Informe de solución de casos y aplicación de procesos en empresa resal
B. Diseñar sistemas, componentes o procesos bajo restricciones realistas.	X			Prueba, trabajos en aula, casos de estudio y trabajo integrador	Informe de solución de casos y aplicación de procesos en empresa resal
C. Comunicarse efectivamente.		X		Prueba, trabajos en aula, casos de estudio y trabajo integrador	Informe de solución de casos y aplicación de procesos en empresa resal
D. Usar técnicas, habilidades y herramientas prácticas para la ingeniería.	X			Prueba, trabajos en aula, casos de estudio y trabajo integrador	Informe de solución de casos y aplicación de procesos en empresa resal

5. **DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO:** Art. 10 del Reglamento de Régimen Académico un crédito equivale a 40 horas. Para la organización del aprendizaje se consideran las siguientes actividades: DOCENCIA, APLICACIÓN PRÁCTICA Y TRABAJO AUTÓNOMO. Por cada hora de docencia se considera 1,5 o 2 horas para las dos actividades restantes.

DETALLE DE DISTRIBUCIÓN DE TIEMPO POR COMPONENTES PARA LA ORGANIZACIÓN DEL APRENDIZAJE				
DOCENCIA			PRACTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN DE LOS APRENDIZAJES	APRENDIZAJE AUTÓNOMO
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE ASISTIDAS POR EL PROFESOR	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE COLABORATIVO		ACTIVIDADES: Talleres, resolución de problemas, Orientación para el desarrollo de las tareas que configuran el resultado de aprendizaje por unidad.	ACTIVIDADES: Desarrollo de las tareas que configuran el resultado de aprendizaje por unidad, lecturas comprensivas y de análisis, entre otras.
AULA PRESENCIAL	AULA VIRTUAL	TUTORÍA PRESENCIAL	AULA PRESENCIAL	
32 horas			32 horas	64 horas
Conforme horario establecido por el coordinador de área			Conforme horario establecido por el coordinador de área	

TOTAL HORAS	CONFERENCIAS	CLASES PRÁCTICAS	LABORATORIOS	CLASES DEBATES	CLASES EVALUACIÓN	TRABAJO AUTÓNOMO DEL ESTUDIANTE
64	32	32				64

6. **TÉCNICAS Y PONDERACIÓN DE LA EVALUACIÓN.**

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN	1er Parcial	2do Parcial	3er Parcial
Pruebas de conocimientos	5	5	5
Solución de casos y ejercicios en clase	5	5	5
Producto de unidad	5	5	5
Examen parcial	5	5	5
Total:	20	20	20

7. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA/ TEXTO GUÍA DE LA ASIGNATURA

TÍTULO	AUTOR	EDICIÓN	AÑO	IDIOMA	EDITORIAL
1. Dirección de Mercadotecnia	KOLTNER, Philip	cuarta	1998	ESPAÑOL	PRENTICE HALL

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

TÍTULO	AUTOR	EDICIÓN	AÑO	IDIOMA	EDITORIAL
Gerencia de Marketing	GUILTINAN, Joseph	SEXTA	1999	ESPAÑOL	Mc GRAW HILL

8. LECTURAS PRINCIPALES QUE SE ORIENTAN REALIZAR

LIBROS – REVISTAS – SITIOS WEB	TEMÁTICA DE LA LECTURA	PÁGINAS Y OTROS DETALLES
www.edisonpozo.blogspot.com	Sistemas de control de marketing	Todo el documento

9. ACUERDOS:

DEL DOCENTE:

- Facilitar el material de las clases magistrales
- Resolver las inquietudes del estudiante de manera proactiva
- Enviar con anticipación las actividades, tareas, casos y deberes
- Evaluar las actividades con total objetividad y presentar las correcciones de las actividades de evaluación.

DE LOS ESTUDIANTES:

- Asistir a las jornadas de clase puntualmente
- Entregar las tareas y deberes en los plazos y formas designadas por el docente
- Respetar a sus compañeros de aula
- Cumplir con las directrices generales del docente para el buen manejo de curso

10. FIRMAS DE LEGALIZACIÓN



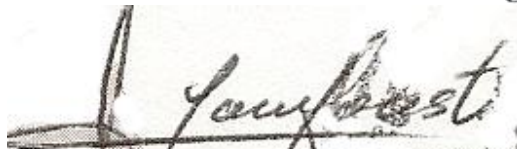
ING. EDISON POZO

DOCENTE



ING. JAVIER BUENAÑO

COORDINADOR ÁREA DE
CONOCIMIENTO



DR. MARCO SOASTI
DIRECTOR DE CARRERA