

**VICERRECTORADO ACADÉMICO GENERAL**

**PROGRAMA DE ASIGNATURA- SÍLABO- PRESENCIAL**

**1. DATOS INFORMATIVOS**

<b>MODALIDAD:</b> PRESENCIAL	<b>DEPARTAMENTO:</b> CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO		<b>AREA DE CONOCIMIENTO:</b> MARKETING	
<b>CARRERAS:</b> INGENIERIA COMERCIAL INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA	<b>NOMBRES ASIGNATURA:</b> GEOMARKETING		<b>PERIODO ACADÉMICO:</b> OCTUBRE 2015 - FEBRERO 2016	
<b>PRE-REQUISITOS:</b> CONOCIMIENTOS PREVIOS PROPIOS DE LA CARRERA: MARKETING (CADM37110), COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR (CADM17022), MARKETING DE SERVICIOS I	<b>CÓDIGO :</b>  CADM37125	<b>NRC:</b>  3944 – 3935 2708	<b>No. CRÉDITOS:</b>  DOS (2)	<b>NIVEL:</b>  DÉCIMO
<b>CO-REQUISITOS:</b> GESTION DE MERCADOTECNIA,	<b>FECHA ELABORACIÓN:</b> JUNIO 2015	<b>SESIONES/SEMANA:</b> <b>TEÓRICAS:</b> 3 Hrs		<b>LABORATORIOS:</b> 1 Hra
<b>DOCENTES:</b> ING. MBA. HORFAYT ALONSO ALVEAR MSC.				
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:</b>				
<p><b>DESCRIPCION DE LA ASIGNATURA:</b></p> <p>EL GEOMARKETING ES UNA DISCIPLINA DE GRAN POTENCIALIDAD QUE APORTA INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES DE NEGOCIO APOYADAS EN LA VARIABLE ESPACIAL. NACIDA DE LA CONFLUENCIA DEL MARKETING Y LA GEOGRAFÍA PERMITE ANALIZAR LA SITUACIÓN DE UN NEGOCIO MEDIANTE LA LOCALIZACIÓN EXACTA DE LOS CLIENTES, PUNTOS DE VENTA, SUCURSALES, COMPETENCIA, ETC.; LOCALIZÁNDOLOS SOBRE UN MAPA DIGITAL O IMPRESO A TRAVÉS DE SÍMBOLOS Y COLORES PERSONALIZADOS. LAS INFERENCIAS Y PREDICCIONES DENTRO DE ESTA DISCIPLINA VAN MÁS ALLÁ DEL USO TRADICIONAL DEL ANÁLISIS CUALITATIVO Y CUANTITATIVO, PERTENECEN A UNA CRECIENTE VERTIENTE DE ANÁLISIS LLAMADO "ANÁLISIS GEOESPACIAL".</p> <p>INDUDABLEMENTE, LAS EMPRESAS QUE OPERAN EN MERCADOS GEOGRÁFICOS EXTENSOS, SON LAS GRANDES USUARIAS DE ESTE TIPO DE SOLUCIONES, TALES COMO ENTIDADES FINANCIERAS, EMPRESAS COMERCIALES, CADENAS DE DISTRIBUCIÓN, REDES DE AGENCIAS, ETC.</p> <p>DEPENDE DEL NIVEL DE DETALLE A UTILIZAR, LOS ESTUDIOS PUEDEN SER DE NIVEL DE MICROMARKETING (SI UTILIZAMOS SEGMENTACIÓN POR PORTAL POR EJEMPLO) O NIVELES MACRO, DEL TIPO MUNICIPIO O PROVINCIA.</p>				
<b>CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA A LA FORMACIÓN PROFESIONA</b>				
<p>ESTA ASIGNATURA CORRESPONDE A LA SEGUNDA ETAPA DEL EJE DE FORMACIÓN PROFESIONAL, PROPORCIONA AL FUTURO PROFESIONAL HERRAMIENTAS PRÁCTICAS PARA EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS EMPRESARIALES ORIENTADAS A MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD Y EFICIENCIA DE LAS ORGANIZACIONES.</p>				
<b>RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA CARRERA:(UNIDAD DE COMPETENCIA)</b>				
<p>ENSAYO DE APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS CON MAPAS TEMÁTICOS GEOREFERENCIADOS ORIENTADOS A PROMOVER ACTIVIDADES DE SEGMENTACIÓN Y TOMA DE DECISIONES ECONÓMICAS.</p>				
<b>OBJETIVO DE LA ASIGNATURA:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONOCER LAS DIFERENTES HERRAMIENTAS DE GEOREFERENCIACIÓN PARA LA TOMA DE DESICIONES Y APLICACIÓN REAL DE LAS ESTRATEGIAS DE INVESTIGACION Y SEGMENTACIONN DE MERCADO PARA LA MAXIMIZACION DE LA INTELIGENCIA ESTRATÉGICA</li> </ul>				

**VICERRECTORADO ACADÉMICO GENERAL**

EMPRESARIAL.

**RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA: (ELEMENTO DE COMPETENCIA)**

Aplica estrategias mercadológicas, maximizando los recursos disponibles y procurando el máximo beneficio para la empresa, contribuyendo a dar soluciones óptimas con ética profesional y social

- Define con claridad los conceptos y elementos de geomarketing y los sistemas de información geográfica y sus aplicaciones en el área comercial.
- Comprende la influencia y las principales soluciones que presta el geomarketing a la distribución comercial.
- Comprende a través de la aplicación práctica las teorías generales de localización espacial, de localización distancia y transporte; y, de estructura interna de la ciudad.
- Comprende a través de la aplicación práctica los modelos de crecimiento urbano, modelos de equilibrio urbano residencial, las zonas especializadas y la renovación urbana.
- Comprende a través de la aplicación práctica la delimitación del espacio central, las decisiones de localización del espacio central, las decisiones de localización terciaria y los métodos de diagnóstico.
- Aplica las herramientas de Google Maps para la ubicación de empresas y determinación de sus características básicas.
- Aplica las herramientas de Google Earth para mejorar el desarrollo de actividades económicas específicas, incrementado su productividad y eficiencia en base a la aplicación de las teorías de localización.

**2. SISTEMA DE CONTENIDOS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

No	UNIDADES DE ESTUDIO Y SUS CONTENIDOS	EVIDENCIA DEL APRENDIZAJE Y SISTEMA DE TAREAS
1	<b>Unidad 1: INTRODUCCIÓN AL GEOMARKETING</b>	<b>Producto de unidad:</b> <i>EXPOSICIÓN DE LAS TEORÍAS FUNDAMENTALES DEL GEOMARKETING Y SUS APLICACIONES</i>
	1. Geomarketing 1.1 Generalidades y conceptos 1.2 Sistemas de información geográfica 1.3 Las aplicaciones Google Maps 1.4 Las aplicaciones Google Earth 1.5 Las aplicaciones de software GIS y GPS 1.6 El geomarketing y la distribución comercial. 1.7 El geomarketing con sistemas de información geográfica 1.8 El geomarketing sin sistemas de información geografica	<b>Tarea principal 1.1:</b> Conceptualización a través de ordenadores gráficos.  <b>Tarea principal 1.2:</b> Informes de investigación sobre aplicaciones prácticas de geomarketing.  <b>Tarea principal 1.3:</b> Informes de investigación sobre aplicaciones de Google u otros programas para aplicaciones SIG.  <b>Tarea principal 1.4:</b> Informes sobre aplicaciones GPS.
2	<b>Unidad 2: PLANTEAMIENTOS TEÓRICOS SOBRE LOCALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA CIUDAD</b>	<b>Producto de unidad:</b> <i>EXPOSICIÓN SOBRE LA APLICACIÓN DE LA TEORÍA LOCACIONAL Y ORGANIZACIÓN DE UNA CIUDAD.</i>
	Teorías de la Localización Espacial y Estructura Interna de la Ciudad Una construcción Geométrica. • Teorías Generales de Localización Espacial • Teorías de Localización Distancia y Transporte	<b>Tarea principal 2.1:</b> Conceptualización a través de ordenadores gráficos.

## VICERRECTORADO ACADÉMICO GENERAL

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorías de Estructura Interna de la Ciudad.</li> <li>• Modelos de Crecimiento Urbano</li> <li>• Modelos de Equilibrio Urbano Residencial</li> <li>• Las Zonas Especializadas y la Renovación Urbana.</li> </ul> <p>Técnicas y métodos para la caracterización interurbana del fenómeno residencial y terciario.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinación Interior del Espacio Central</li> <li>• Decisiones de Localización del Espacio Central</li> <li>• Decisiones de Localización Terciaria</li> <li>• Métodos de Diagnóstico.</li> </ul>	<p><b>Tarea principal 2.2:</b> Aplicaciones prácticas de las teorías en diferentes zonas geográficas urbanas.</p> <p><b>Tarea principal 2.3:</b> Prácticas de laboratorio de los temas planteados.</p> <p><b>Tarea principal 2.4:</b> Exposiciones y devastes sobre las aplicaciones de la teoría locacional y organización de la ciudad.</p>
3	<p><b>Unidad 3:</b> <b>APLICACIONES SIG</b> <b>(Las aplicaciones SIG pueden utilizar Google, ArGis, GeoData, etc)</b></p> <p>Aplicaciones de geomarketing para Google Maps Creación de mapas Georeferenciación de puntos</p> <p>Aplicaciones de geomarketing para Google Earth Creación de mapas Georeferenciación de puntos Creación de polígonos Creación de rutas</p>	<p><b>Producto de unidad:</b> <b>MAPAS TEMÁTICOS</b> <b>GEOREFERENCIADOS</b></p> <p><b>Tarea principal 3.1:</b> Prácticas de laboratorio para el diseño de mapas georeferenciados.</p> <p><b>Tarea principal 3.2:</b> Prácticas de laboratorio para el diseño de mapas temáticos georeferenciados.</p> <p><b>Tarea principal 3.3:</b> Diseño de mapas comerciales</p>

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

**( PROYECCIÓN DE LOS MÉTODOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE QUE SE UTILIZARÁN)**

SE EMPLEARÁN VARIADOS MÉTODOS DE ENSEÑANZA PARA GENERAR UN APRENDIZAJE DE CONSTANTE ACTIVIDAD, PARA LO QUE SE PROPONE LA SIGUIENTE ESTRUCTURA:

- SE DIAGNOSTICARÁ CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES ADQUIRIDAS AL INICIAR EL PERIODO ACADÉMICO.
- CON LA AYUDA DEL DIAGNÓSTICO SE INDAGARÁ LO QUE CONOCE EL ESTUDIANTE, COMO LO RELACIONA, QUE PUEDE HACER CON LA AYUDA DE OTROS, QUÉ PUEDE HACER SOLO, QUÉ HA LOGRADO Y QUÉ LE FALTA PARA ALCANZAR SU APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO.
- A TRAVÉS DE PREGUNTAS Y PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EL DOCENTE RECUERDA LOS REQUISITOS DE APRENDIZAJE PREVIOS QUE PERMITE AL DOCENTE CONOCER CUÁL ES LA LÍNEA DE BASE A PARTIR DEL CUAL INCORPORARÁ NUEVOS ELEMENTOS DE COMPETENCIA, EN CASO DE ENCONTRAR DEFICIENCIAS ENVIARÁ TAREAS PARA ATENDER LOS PROBLEMAS INDIVIDUALES.
- PLANTEAR INTERROGANTES A LOS ESTUDIANTES PARA QUE DEN SUS CRITERIOS Y PUEDAN ASIMILAR LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.
- SE INICIARÁ CON EXPLICACIONES ORIENTADORAS DEL CONTENIDO DE ESTUDIO, DONDE EL DOCENTE PLANTEA LOS ASPECTOS MÁS SIGNIFICATIVOS, LOS CONCEPTOS, LEYES Y PRINCIPIOS Y MÉTODOS ESENCIALES; Y PROPONE LA SECUENCIA DE TRABAJO EN CADA UNIDAD DE ESTUDIO.
- SE BUSCARÁ QUE EL APRENDIZAJE SE BASE EN EL ANÁLISIS Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS; USANDO INFORMACIÓN EN FORMA SIGNIFICATIVA; FAVORECIENDO LA RETENCIÓN; LA COMPRENSIÓN; EL USO O APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN, LOS CONCEPTOS, LAS IDEAS, LOS PRINCIPIOS Y LAS HABILIDADES EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE REDES ELÉCTRICAS.
- SE BUSCARÁ LA RESOLUCIÓN DE CASOS PARA FAVORECER LA REALIZACIÓN DE PROCESOS DE PENSAMIENTO COMPLEJO, TALES COMO: ANÁLISIS, RAZONAMIENTOS, ARGUMENTACIONES, REVISIONES Y PROFUNDIZACIÓN DE DIVERSOS TEMAS.

## VICERRECTORADO ACADÉMICO GENERAL

- SE REALIZAN EJERCICIOS ORIENTADOS A LA CARRERA Y OTROS PROPIOS DEL CAMPO DE ESTUDIO.
- LA EVALUACIÓN CUMPLIRÁ CON LAS TRES FASES: DIAGNÓSTICA, FORMATIVA Y SUMATIVA, VALORANDO EL DESARROLLO DEL ESTUDIANTE EN CADA TAREA Y EN ESPECIAL EN LAS EVIDENCIAS DEL APRENDIZAJE DE CADA UNIDAD.

### PROYECCIÓN DEL EMPLEO DE LAS TIC EN LOS PROCESOS DE APRENDIZAJE

- PARA OPTIMIZAR EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE, SE UTILIZARÁ EL LABORATORIO CON EL SIGUIENTE HARDWARE: GPS, COMPUTADOR Y PROYECTOR MULTIMEDIA.
  - LAS TIC, TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN, SE LAS EMPLEARÁN PARA REALIZAR LAS SIMULACIONES DE LOS TEMAS TRATADOS EN EL AULA Y PRESENTACIONES.
  - SE UTILIZARÁN EL SIGUIENTE SOFTWARE Y APLICATIVOS: GOOGLE MAP, GOOGLE EARTH, ARGIS, GEODATA
- ADEMÁS, LOS ESTUDIANTES DEBEN TENER LAS COMPETENCIAS PARA COMPRENDER: LA TEORÍA LOGÍSTICA.

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

LOGRO O RESULTADOS DE APRENDIZAJE	NIVELES DE LOGRO			Técnica de evaluación	Evidencia del aprendizaje
	A Alta	B Media	C Baja		
A. Aplicar Conocimientos en matemáticas, ciencia e ingeniería.	X			Taller y exposición grupal	Resuelve problemas inherentes a su carrera aplicando conceptos
B. Diseñar, conducir experimentos, analizar e interpretar datos.	X			Taller y exposición grupal	Aplica estrategias mercadológicas adecuadas Para resolver problemas propuestos
C. Diseñar sistemas, componentes o procesos bajo restricciones realistas.		X		Exposición de caso	Diseña Mapas con Google Maps o Earth adecuados para el propósito propuesto
D. Trabajar como un equipo multidisciplinario.		X		Trabajo grupal	Trabaja en equipo sin problemas
E. Identificar, formular y resolver problemas de ingeniería.		X		Exposición de caso	Claridad y solidez de los conceptos
F. Comprender la responsabilidad ética y profesional.		X		Exposición de caso	Aplica sus conocimientos para el beneficio de la sociedad
G. Comunicarse efectivamente.		X		Exposición de caso	Expone eficientemente el resultado de sus investigaciones
H. Entender el impacto de la ingeniería en el contexto medioambiental, económico y global.		X		Presentaciones y exposiciones utilizando medios tecnológicos	Utiliza herramientas tecnológicas de última generación en sus actividades profesionales
I. Comprometerse con el aprendizaje continuo.		X		Taller y exposición grupal	Investiga temas de la actualidad
J. Conocer temas contemporáneos.	X			Taller y exposición grupal	Contesta preguntas de temas contemporáneos con solvencia
K. Usar técnicas, habilidades y herramientas prácticas para la ingeniería.	X			Presentaciones y exposiciones utilizando medios tecnológicos	Utiliza y aplica medios tecnológicos en las distintas situaciones de su cotidianeidad empresarial.

## VICERRECTORADO ACADÉMICO GENERAL

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, determinación de problemas, exposición de temas y solución de casos	ACTIVIDADES: Desarrollo de las tareas que configuran el resultado de aprendizaje por unidad, Investigación y análisis de resultados, entre otras.
AULA PRESENCIAL	AULA VIRTUAL	TUTORÍA PRESENCIAL	AULA PRESENCIAL, ENTORNO INVESTIGACION	
10 horas	10 horas	6 horas	6 horas	32 horas
Conforme horario establecido por el coordinador de área		Conforme horario acordado con los estudiantes	Conforme horario establecido por el coordinador de área	

TOTAL HORAS	CONFERENCIAS ORIENTADORAS DEL CONTENIDO	CLASES PRÁCTICAS (Talleres)	LABORATORIOS	CLASES DEBATES	CLASES EVALUACIÓN	Trabajo autónomo del estudiante
32	8	6	8	4	6	32

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

Técnica de evaluación	1er Parcial*	2do Parcial*	3er Parcial*
Investigación Bibliográfica	2	2	
Lecciones oral/escrita	1	1	
Conjunta orales/escrita	5	5	5
Aula Virtual	2	2	
Avances del trabajo	5	5	
Solución de problemas	1	1	
Prácticas			5
Informe del Trabajo	2	2	5
Exposición de trabajo	2	2	5
Otras formas de evaluación			
Total:	20	20	20

### 7. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA/ TEXTO GUÍA DE LA ASIGNATURA

**VICERRECTORADO ACADÉMICO GENERAL**

TITULO	AUTOR	EDICIÓN	AÑO	IDIOMA	EDITORIAL
1. Varios autores <a href="http://www.geomarketingespe.blogspot.com">www.geomarketingespe.blogspot.com</a>	Herrera, Giovanni	Primera	2012	Español	Blogger
2. Geomarketing (marketing territorial para vender más y fidelizar)	Juan carlos Alcalde	Primera Marzo 2012	2012	Español	ESIC EDITORIAL

**8. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

TITULO	AUTOR	EDICIÓN	AÑO	IDIOMA	EDITORIAL
3. Geomarketing: methods and strategies in spatial marketing	Gérard Cliquet	Primera	2006	Inglés	ISTE USA
4. Análisis de Datos Espacio-Temporales Para la Economía Y El Geomarketing	Coro Chasco Yrigoyen, Gema FERNÁNDEZ-AVILÉS CALDERÓN	Primera	2009	Español	Netbiblio, S. L.
5. Logística y marketing geográfico	Amago, Fernando	Primera		Español	Marge Medica Books

**9. LECTURAS PRINCIPALES:**

LIBROS – REVISTAS – SITIOS WEB	TEMÁTICA DE LA LECTURA	PÁGINAS Y OTROS DETALLES
<a href="http://www.geomarketingespe.blogspot.com">www.geomarketingespe.blogspot.com</a>	SIGCOMSE: UN SISTEMA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA APLICADO AL COMERCIO EN LA CIUDAD DE SEVILLA	Todo el documento
<a href="http://www.geomarketingespe.blogspot.com">www.geomarketingespe.blogspot.com</a>	Geomarketing en salud para ubicar oferta de servicios médicos de valor. Caso: Proyecto de investigación para ubicar una nueva oferta hospitalaria Salud Uninorte, Vol. 24, Núm. 2, julio-diciembre, 2008, pp. 319-340 Universidad del Norte – Colombia	Todo el documento

**10. ACUERDOS:**

**DEL DOCENTE:**

En la asignación de temas de Investigación se aplicara los siguientes valores.

- Puntualidad
- Honestidad
- Respeto
- Cortesía
- Confianza
- Dar una oportunidad diaria para aprobar el examen

## **VICERRECTORADO ACADÉMICO GENERAL**

### **DE LOS ESTUDIANTES:**

- No está permitido el consumo de bebidas y/o alimentos en el aula
- No uso de gorros, gafas con lentes oscuros, auriculares y accesorios de manos libres
- La copia de exámenes, informes y/o ensayos será severamente corregido.
- Respeto en las relaciones docente-alumno y alumno-alumno
- En los trabajos se debe incluir citas y referencias de autores consultados (De acuerdo a la normativa APA de la 6ta edición).
- Prueba final de sabe o no sabe
- Puntualidad para exponer su trabajo
- Cumplir con todos los ítems del trabajo

### **11. FIRMAS DE LEGALIZACIÓN**



**Ing. Horfayt Alonso Alvear P.  
DOCENTE**



**Ing. Javier Buenaño  
COORDINADOR DE ÁREA DE  
CONOCIMIENTO**

**DIRECTOR DE DEPARTAMENTO/CARRERA**