

FUNDAMENTOS DE MERCADEO **(3 CRÉDITOS)**

CÓDIGO CURSO: MER001
PROFESORA: Martha Yanet Blandón Marín

PRESENTACIÓN

Este curso permite que el estudiante adquiera conocimientos sobre conceptos, técnicas y fundamentos de mercadeo abarcando casos de estudio reales; desarrollando en el estudiante las competencias necesarias para la generación y captación de valor del cliente, traducido en comprender y satisfacer las necesidades de los consumidores, haciendo que una organización sea exitosa.

OBJETIVOS

General

Buscar que los estudiantes comprendan las teorías, técnicas y estrategias de mercadeo para lograr el éxito de las organizaciones con un fuerte y estructurado enfoque en el cliente, resultando también en herramientas útiles para la vida personal.

Específicos

Al finalizar este curso y después de haber aprobado los créditos, el estudiante estará en capacidad de:

- ✓ Conocer los conceptos básicos de mercadeo.
- ✓ Comprender los procesos de identificación y selección de mercado.
- ✓ Entender y conocer de las variables Producto, Precio, Distribución y Promoción.
- ✓ Evaluar y analizar casos de estudio reales entorno a diferentes estrategias de mercadeo.
- ✓ Dimensionar la importancia de la ética en mercadeo.

METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN

Este curso está dividido en 8 lecciones de una semana de duración cada uno. Se plantearán trabajos semanales individuales y/o grupales sobre análisis de casos que equivaldrán al 40% de la nota final, un foro de preguntas generales para que los

estudiantes discutan sus respuestas en cada unidad y un trabajo final que agrupará los temas y material del curso que valdrá el 60% de la nota final.

A continuación, se presenta la tabla de calificaciones:

95-100	A	4.0
90-94	A-	3.7
87-89	B+	3.3
84-86	B	3.0
80-83	B-	2.7
77-79	C+	2.3
74-76	C	2.0
70-73	C-	1.7
67-69	D+	1.5
64-66	D	1.3
60-63	D-	1.0
59 or <	F	0

CONTENIDO

LECCIÓN	TEMAS	ACTIVIDADES
Semana 1	<p>Introducción</p> <p>Conceptos básicos: ¿Qué es el marketing?</p> <p>Ofertas de mercado: Productos, servicios y experiencias</p> <p>Orientación a la producción</p> <p>Orientación a las ventas</p> <p>Orientación al Marketing</p> <p>Importancia del Marketing</p> <p>Comprensión del mercado y necesidades de los clientes</p>	<p>- Leer: Capítulos 1 y 2 Fundamentos de Marketing de Stanton – Etzel y Walker.</p> <p>Video: ¿Qué es el marketing? https://www.youtube.com/watch?v=OB9FedWEmRE</p> <p>Compromisos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar idea para proyecto individual, enviar por correo electrónico su propuesta - Realizar una infografía sobre este video, resaltando la importancia de lo que es y no es el Marketing. <p>Foro:</p> <p>Mencione 3 aspectos importantes de los capítulos 1 y 2 Fundamentos de Marketing (texto guía). No se trata de copiar y pegar párrafos sino de concluir con sus propias</p>

		palabras. Haga aportes por lo menos a 2 de sus compañeros sobre el tema.
Semana 2	Planeación estratégica del marketing - Definición - Segmentación del mercado	- Iniciar el desarrollo de la idea para el trabajo final, teniendo en cuenta los conceptos vistos en clase. - Video segmentación geográfica: https://www.youtube.com/watch?v=DPm7Zk3ZDM8 Leer capítulo 3 de Stanton-Etzel-Walker Foro: Responda a la siguiente pregunta y participe con sus compañeros ¿Por qué es tan importante el marketing en las empresas?
Semana 3	Investigación de mercados Análisis del entorno de marketing	- Videos: ¿Qué es un estudio de mercados? https://www.youtube.com/watch?annotation_id=annotation_1611626965&feature=iv&src_vid=qz0hww6LzsY&v=O1ikaVmS18A Como hacer un estudio de mercado: https://www.youtube.com/watch?v=Fc7OqjwhLMg Tips estudio de mercados: https://www.youtube.com/watch?v=f5jbors1SH4&index=56&list=PLqFIXeeGMOu+2GPFCm_rBJfHcUoaDmLDEv Foro: ¿Qué pasaría si una empresa no tiene en cuenta las necesidades y gustos de sus clientes? Explique su respuesta.
Semana 4	PRODUCTOS MARCAS	- Leer capítulo 10 (Marcas, empaques y otras características del producto) Stanton- Etzel y Wiker - Leer capítulo 7 (Productos, servicios y marcas) Kotler y Armstrong Video: ¿Qué es un producto? https://www.youtube.com/watch?v=0nOtL77UD7I https://www.youtube.com/watch?v=D6oFvImB76I

		<p>Foro: ¿Por qué es tan importante posicionar su marca en el mercado?</p>
Semana 5	<p>PRECIO</p> <p>PROMOCIÓN</p>	<p>- Leer capítulo 11 (Precio) de Stanton-Etzel y Walker</p> <p>- Leer capítulo 16 (Promoción) de Stanton-Etzel y Walker</p> <p>Video: Fijación de precios: https://www.youtube.com/watch?v=Nhomdg2vPSk</p> <p>Foro: ¿Describa cuál es la importancia de monitorear el entorno y conocer la competencia?</p>
Semana 6	<p>PLAZA</p> <p>DISTRIBUCIÓN</p>	<p>- Leer capítulo 10 (Canales de marketing) – Kotler y Armstrong</p> <p>Video: Canales de distribución: https://www.youtube.com/watch?v=FQHFFvMn99g</p> <p>Foro: Usted está de acuerdo o en desacuerdo de la siguiente frase: “Eso se vende por sí solo” Argumente su respuesta.</p>
Semana 7	MARKETING GLOBAL	<p>Leer capítulo 15 (El mercado global) de Kotler y Armstrong</p> <p>Video: Las 4p´S - Marketing Mix https://www.youtube.com/watch?v=QpUv10XEnCE</p> <p>Video LEGO: https://www.youtube.com/watch?v=uz9j7-gXt2A</p> <p>Foro: Por qué el Marketing mix es primordial para la planeación estratégica. Comente las respuestas de sus compañeros.</p>
Semana 8	Trabajo Final	Socialización.

		Cada alumno presentará en la clase su idea de negocio en 3 ó 4 filminas a sus compañeros, haciendo un resumen e ideas principales de su trabajo.
--	--	--

CONTACTO:

gestionmarketingziu@gmail.com

BIBLIOGRAFÍA

Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). Fundamentos de Marketing (Décima tercera Edición). Pearson

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). Fundamentos de Marketing (Undécima edición). McGraw Hill.