

SILABO

(Currículo Flexible por competencias)

FACULTAD : CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL : ADMINISTRACION

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Identificación Académica

1. Denominación del Componente Curricular : MARKETING ESTRATEGICO
2. Código : 05-028
3. Pre-requisito : INVESTIGACION DE MERCADOS
4. Número de horas : Teóricas: 3 Prácticas: 2 Total horas: 5
5. Número de créditos : 4.00
6. Número de horas virtuales : 6.00
7. Año y semestre académico : 2018 - 01
8. Ciclo de estudios : QUINTO
9. Duración : Del 19 de Marzo del 2017 al 20 de Julio del 2018
10. Área curricular :
11. Características del componente:
 - DESARROLLO E INNOVACIÓN

1.2. Docente.

1. Nombres y apellidos : ZORAIMA JULIETA LAURA CASTILLO
2. Categoría : AUXILIAR
3. Especialidad requerida : MAGISTER SCIENTIAE EN CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

1.3. Ambiente donde se realizará el aprendizaje.

- E34-102

II. SUMILLA

El componente curricular Marketing Estratégico según su naturaleza es de formación formativa de carácter teórico y práctico, tiene como propósito coadyuvar a el logro del perfil del egresado identificando oportunidades de mercado de mayor potencial de desarrollo generando alternativas de respuesta, productos o servicios para dar respuesta a necesidades del entorno socio-cultural o científico, sus contenidos principales son: herramientas de planeamiento estratégico, política de las 7 Ps.

III. COMPETENCIA/ELEMENTO DE COMPETENCIA

Diseñar la Mezcla de Marketing, aplicando los conceptos clave del mercado y propiciando su utilización en la formulación de planes de marketing, que optimicen el desarrollo de las organizaciones en un escenario altamente competitivo y globalizado.

IV. PERFIL DE EGRESO QUE TIENE RELACION DIRECTA CON EL DESARROLLO DEL COMPONENTE CURRICULAR

El egresado de la E.P. de Administración estará en la capacidad de:

Identificar oportunidades de mercado con mayor potencial de desarrollo generando alternativas de respuestas, productos o servicios para dar respuesta a necesidades del entorno socio-cultural o científico.

V. TRATAMIENTO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS

PRIMERA UNIDAD DIDÁCTICA: HERRAMIENTAS DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Del 19 de Marzo del 2018 al 19 de Abril del 2018

Fecha de ingreso de notas al Sistema Académico : 30 de Abril del 2018

CRITERIO DE DESEMPEÑO:

- Aprende a realizar el planeamiento de productos y a tomar pequeñas decisiones acerca de los productos y las posibles marcas a ser utilizadas.

CONOCIMIENTOS (% DE AVANCE)

- Herramientas del Planeamiento Estrategico (5%)
- Análisis del Entorno (10%)

- Análisis FODA, Matriz FODA (15%)
- Matriz BCG (20%)

EVIDENCIA DE PRODUCTOS

- Exámen escrito
- Intervenciones orales
- Trabajos prácticos

SEGUNDA UNIDAD DIDÁCTICA: MATRIZ DE CRECIMIENTO

Del 23 de Abril del 2018 al 24 de Mayo del 2018

Fecha de ingreso de notas al Sistema Académico : 11 de Junio del 2018

CRITERIO DE DESEMPEÑO:

- Entiende y analiza las diversas modalidades de distribución que una empresa puede utilizar.

CONOCIMIENTOS (% DE AVANCE)

- Matriz de crecimiento Producto - Mercado (15%)
- Matriz de Liderazgo de Porter (15%)

EVIDENCIA DE PRODUCTOS

- Examen escrito
- Intervenciones Orales
- Trabajos prácticos

TERCERA UNIDAD DIDÁCTICA: ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS 7Ps

Del 28 de Mayo del 2018 al 09 de Julio del 2018

Fecha de ingreso de notas al Sistema Académico : 20 de Julio del 2018

CRITERIO DE DESEMPEÑO:

- Identifica dentro de la estructura de costos aquellos que son los más importantes para la fijación de precios.
- Comprende y analiza cada uno de los componentes de la mezcla promocional para saber combinarlos adecuadamente.

CONOCIMIENTOS (% DE AVANCE)

- Políticas de productos (10%)
- Políticas de precios (10%)
- Políticas de promoción (10%)
- Políticas de plaza (5%)
- Políticas de personas (5%)
- Políticas de procesos (5%)
- Políticas de planta (5%)

EVIDENCIA DE PRODUCTOS

- Exámen escrito
- Plan Estratégico de Marketing

VI. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS POR COMPETENCIAS

6.1 ENSEÑANZA

- ? Experiencia propia
- ? Diversificar situaciones
- ? Predicción de nuevas situaciones
- ? Previsión de resultados esperados
- ? Promover conflictos cognitivos y la interrogación dialogada y problemática.

6.2 APRENDIZAJE

- ? Mejora del auto concepto
- ? Desarrollo de actitudes
- ? Potenciar la motivación
- ? Elaboración de ideas sobre el tema que se está trabajando, búsqueda de analogías, planteamiento de problemas, etc.
- ? Actividades y procedimientos en el marco del principio pedagógico de aprender haciendo

6.3 INVESTIGACION FORMATIVA

- ? Elaboración de un informe

6.4 ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

- ? Promoción y motivación de prácticas ecoeficientes en el uso de energía y agua en las instalaciones.

6.5 ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE - ENSEÑANZA VIRTUAL

- ? Utilización en el proceso de aprendizaje de Facebook, YouTube y Moodle.

VII. MEDIOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS

- Pizarra electrónica
- Textos
- Diapositivas
- Películas de cine
- Pizarra
- Afiches
- Rotafolios
- Mapas

VIII. EVALUACIÓN

8.1 Criterios, técnicas e instrumentos de evaluación

Unidad I

CONOCIMIENTOS (30%)

INDICADORES:

Conoce interpreta y aplica los conceptos.

TECNICAS:

Examen

INSTRUMENTOS:

Prueba escrita

DESEMPEÑOS (20%)

INDICADORES:

Calcula los elementos.

Realiza análisis.

TECNICAS:

Observación

INSTRUMENTOS:

Ficha de observación y/o rubrica de evaluación

PRODUCTOS (50%)

INDICADORES

Desarrolla memorias.

Presenta informes.

TECNICAS

Observación

INSTRUMENTOS

Monografía

Unidad II

CONOCIMIENTOS (30%)

INDICADORES:

Conoce interpreta y aplica los conceptos.

TECNICAS:

Examen

INSTRUMENTOS:

Prueba escrita

DESEMPEÑOS (20%)

INDICADORES:

Calcula los elementos.

Realiza análisis.

TECNICAS:

Observación

INSTRUMENTOS:

Ficha de observación y/o rubrica de evaluación

PRODUCTOS (50%)

INDICADORES

Desarrolla memorias.

Presenta informes.

TECNICAS

Observación

INSTRUMENTOS

Ficha de observación y/o rubrica de evaluación

Unidad III

CONOCIMIENTOS (30%)

INDICADORES:

Conoce interpreta y aplica los conceptos.

TECNICAS:

Examen

INSTRUMENTOS:

Prueba escrita

DESEMPEÑOS (20%)

INDICADORES:

Calcula los elementos.

Realiza análisis.

TECNICAS:

Observación

INSTRUMENTOS:

Ficha de observación y/o rubrica de evaluación

PRODUCTOS (50%)

INDICADORES

Desarrolla memorias.

Presenta informes.

TECNICAS

Observación

INSTRUMENTOS

Monografía

8.2 Calificación

- Para los promedios parciales se utilizarán las siguientes fórmulas

* Promedio Parcial = (EC(Ponderado) + ED(Ponderado) + EP(Ponderado)) / Sumatoria de los ponderados

Donde:

EC = Evidencia de conocimiento

ED = Evidencia de desempeño

EP = Evidencia de producto

- El promedio final (PF) del logro de aprendizaje de la competencia prevista de la asignatura o componente curricular se obtiene aplicando las siguientes formulas, según el número de promedios parciales

Para dos promedios parciales

$$* PF = (IPP + IIIP) / 2$$

Para tres promedios parciales

$$* PF = (IPP + IIIP + IIIIP) / 3$$

Donde:

PF = Promedio final

IPP = Primer promedio parcial

IIIP = Segundo promedio parcial

IIIIP = Tercer promedio parcial

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Philip Kotler, Gary Armstrong, Fundamentos de Marketing, Pearson Educacion, Mexico, 2003
- Kotler P., Dirección de la mercadotecnia. Análisis, Planificación, Implementación y Control., Prentice Hall, , 1996
- STANTON, ETZEL WALKER, Fundamentos de Marketing, Mc Graw Hill, Mexico, 2004
- Schnarch Kirberg, Alejandro, Desarrollo de Nuevos Productos y Empresas, McGraw-Hill Interamericana, Bogota, 2009
- JEAN-JAQUES LAMBIN, Marketing estrategico, Interamericana de España S.A., España, 2003
- Rodriguez, Joaquin, Como Aplicar la Planeacion Estrategica en la Pequeña y Mediana Empresa, , , 2001