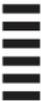




Universidad
Continental

Presentación de la asignatura **Marketing I** Franklin Cordova Buiza





Marketing I

La asignatura contiene: definición de marketing y del proceso de marketing; comprensión del mercado y de los consumidores: el entorno de marketing, administración de la información de marketing, comportamiento de compra del consumidor y de los compradores industriales; diseño de una estrategia de marketing impulsada por el consumidor: segmentación, mercados meta y posicionamiento para construir las relaciones adecuadas con los clientes correctos.





Competencia de la asignatura

Comprende los aspectos fundamentales e importancia del marketing en la gestión competitiva de negocios.





Unidades didácticas

Unidad I	Unidad II	Unidad III	Unidad IV
Conceptos esenciales de marketing y la gestión de las relaciones con el cliente	El Proceso del Marketing y el entorno	La Gestión de la Información de Marketing y el Proceso de decisión de compra	Estrategias de Segmentación y posicionamiento



Unidad I: Conceptos esenciales de marketing y la gestión de las relaciones con el cliente

Contenidos:

- ¿Qué es mercadotecnia?, conceptos esenciales: Necesidades, deseos, demanda, valor, satisfacción e intercambio.
- Gestión de las relaciones con el cliente.
- Retos del marketing en el nuevo milenio de las conexiones.
- Planificación estratégica corporativa.





Unidad I: Conceptos esenciales de marketing y la gestión de las relaciones con el cliente

Producto académico:

- Responder las preguntas con respecto a la diferenciación entre necesidad, valor y satisfacción; y la diferenciación entre marketing estratégico y marketing operativo.

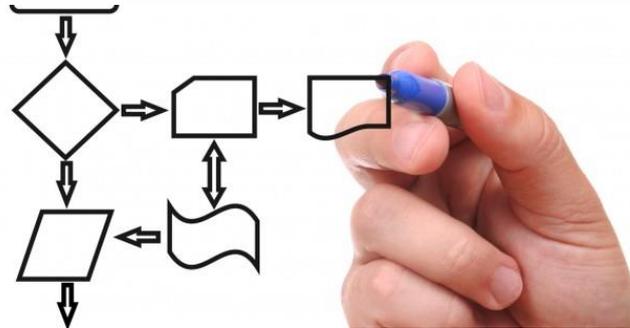




Unidad II: El Proceso del Marketing y el entorno

Contenidos:

- Proceso del Marketing.
- El Marketing en la Era Digital.
- Micro entorno de marketing.
- Macro entorno de marketing.





Unidad II: El Proceso del Marketing y el entorno

Producto académico:

Explicar las estrategias del marketing en la era digital y la importancia de la investigación de mercados.





Unidad III: La Gestión de la Información de Marketing y el Proceso de decisión de compra

Contenidos:

- Proceso de investigación comercial.
- Mercados de consumo y comportamiento de compra de los consumidores.
- Proceso de decisión de compra.

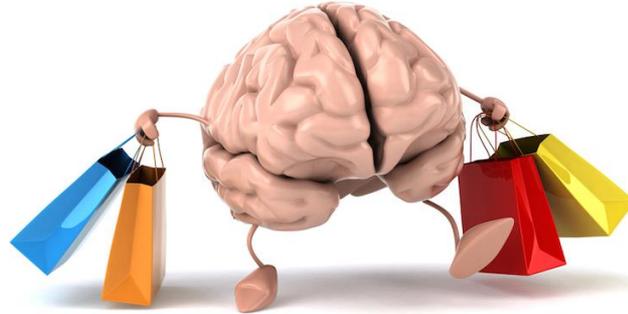




Unidad III: La Gestión de la Información de Marketing y el Proceso de decisión de compra

Producto académico:

Explicar los factores que afectan al comportamiento del consumidor de cervezas en el Perú.

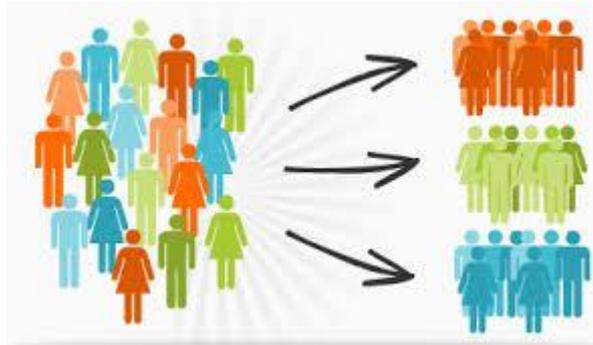




Unidad IV: Estrategias de Segmentación y posicionamiento

Contenidos

- Mercados corporativos y comportamiento de compra de empresarial.
- Estrategias de Segmentación.
- Estrategias de posicionamiento.





Recursos educativos virtuales

- Manual autoformativo
- Video clases
- Podcast
- Foros
- Biblioteca virtual





Recomendaciones finales

- En las sesiones virtuales de cada semana, guiaré tu aprendizaje, orientaré el desarrollo de actividades y atenderé tus dudas e inquietudes.
- Con estas indicaciones, estamos listos para iniciar nuestra asignatura.
- Las inquietudes escritas en el foro serán respondidas en un plazo no mayor a 48 horas



Bienvenido a la asignatura **Marketing I**



ucontinental.edu.pe