

Presentación de la asignatura de Marketing

Mg. Luis Enrique Sarmiento Lavado





Marketing

Esta asignatura tiene como propósito analizar los fundamentos del marketing con la finalidad de generar valor para las empresas a través de la satisfacción de las necesidades de los consumidores.



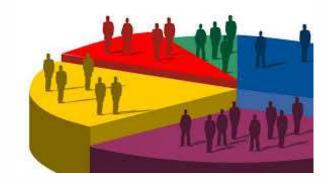






Resultado de aprendizaje

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de analizar los fundamentos del marketing y la creación de valor, la segmentación y posicionamiento, el comportamiento del consumidor e investigación de mercados, así como las estrategias del mix de marketing.







Organización de los aprendizajes

Unidad I	Unidad II	Unidad III	Unidad IV
Fundamentos de Marketing y La Creación de Valor	Segmentación y Posicionamiento	Comportamiento del Consumidor e Investigación de Mercados	Estrategias del Mix de Marketing











Unidad I: Fundamentos de Marketing y La Creación de Valor

Resultado de aprendizaje:

• El estudiante será capaz de discriminar la importancia del marketing y la creación de valor en las organizaciones.

Contenidos:

- 1. El Marketing en el siglo XXI.
- 2. Recopilación de Información y Análisis del Entorno.
- 3. Creación de Valor para el cliente, satisfacción y lealtad.

Actividad:





Unidad II: Segmentación y Posicionamiento

Resultado de aprendizaje:

• El estudiante será capaz distinguir la segmentación de mercados y el posicionamiento de los productos y/o servicios en los mercados.

Contenidos:

- 1. Identificación de segmentos y del segmento meta.
- 2. Los estilos de vida en el Perú.
- 3. Estrategias de Posicionamiento de marcas.

Actividad:







Unidad III: Comportamiento del Consumidor e Investigación de Mercados

Resultado de aprendizaje:

• El estudiante será capaz de analizar el comportamiento del consumidor, cómo decide el consumidor y la investigación de mercados.

Contenidos:

- Investigación de mercados y pronóstico de ventas.
- Análisis de los mercados de consumo.
- Procesos de decisión de compra.

Actividad:





(Unidad IV: Estrategias del Mix de Marketing

Resultado de aprendizaje:

• El estudiante será capaz el estudiante será capaz de discriminar las estrategias del marketing mix para empresas de bienes y servicios.

Contenidos:

- 1. Desarrollo de estrategias de producto y precio.
- 2. Diseño y administración de los canales de marketing.
- 3. Diseño y Administración de estrategias para la comunicación.
- 4. Diseño y Administración de Servicios.

Actividad:







Recursos educativos virtuales

- Video clases.
- Podcast.
- Foros.
- Biblioteca virtual.







Recomendaciones finales

- Será un gusto para mi compartir con Uds. los conocimientos y experiencias adquiridas para enriquecer esta asignatura.
- Los espero en nuestra próxima sesión del curso de Marketing.





Bienvenido a la asignatura de MARKETING



ucontinental.edu.pe