



Universidad  
Continental

# 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:

- Aplica los conocimientos adquiridos en un caso práctico y en su Plan de Marketing.



# 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:

- Aplica los conocimientos adquiridos en un caso práctico y en su Plan de Marketing.





# 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:

1. Investigación de mercados y pronóstico de ventas.
2. Análisis de los mercados de consumo.
3. Procesos de decisión de compra.

## Actividad:

- Aplica los conocimientos adquiridos en un caso práctico y en su Plan de Marketing.





# 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:

- Aplica los conocimientos adquiridos en un caso práctico y en su Plan de Marketing.







# 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**