



# Sumilla de la asignatura

- **La mezcla de marketing:** estrategia de desarrollo de marca, productos y servicios, desarrollo de nuevos productos y estrategias de ciclo de vida de los productos, fijación de precios, canales de marketing y administración de la cadena de suministro, venta al detalle y al por mayor, comunicar valor al clientes (publicidad, promoción de ventas relaciones públicas, ventas personales y marketing directo).
- **Extensión del marketing:** el marketing en la era digital, el mercado global, ética de marketing y responsabilidad social.



# Unidades didácticas

## Unidad I

- Producto

## Unidad II

- Precio y plaza

## Unidad III

- Comunicación integrada

## Unidad IV

- Mercado global y ética



# Unidad I: Producto

## Resultado del aprendizaje

- Identifican y comparan productos y servicios.
- Explican la importancia de las decisiones sobre productos y servicios.

## Temas

- Tema N° 1: Desarrollo de marca y estrategia, ¿qué es un producto?
- Tema N° 2: Marketing de servicios
- Tema N° 3: La cartera y ciclo de vida

## Evaluación

- Desarrollar **Producto académico N° 1**, para lo cual se utilizará cuestionarios con resolución de casos prácticos.



# Unidad II: Precio y plaza

## Resultado del aprendizaje

- Ejemplifica la gestión en la fijación de precios y repercusión en el cliente.
- Describe estrategias para la fijación de precios de una mezcla de productos y los cambios de los mismos.

## Temas

- **Tema N° 1:** Variable precio
- **Tema N° 2:** Plaza

## Evaluación

- Desarrollar **Producto académico N° 2**, para lo cual se utilizará cuestionarios con resolución de casos prácticos.



# Unidad III: Comunicación integrada

## Resultado del aprendizaje

- Reconoce la importancia de comunicar el valor al cliente, mediante la publicidad, promoción y relaciones públicas.
- Identifica los procesos de la gestión de ventas personales y el marketing directo.

## Temas

- **Tema N° 1:** Comunicación integrada
- **Tema N° 2:** Marketing en la era digital

## Evaluación

- Desarrollar **Producto académico N° 3**, para lo cual se utilizará cuestionarios con resolución de casos prácticos.



# Unidad IV: Mercado global y ética



## Resultado del aprendizaje

- Explica la importancia del marketing con aspectos internacionales de una manera global.
- Selecciona las oportunidades del mercado internacional, los entornos económicos y cultural.

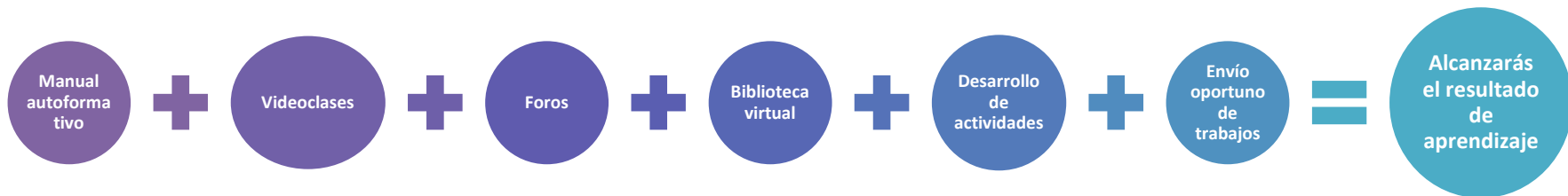
## Temas

- **Tema N° 1:** Mercado global
- **Tema N° 2:** Ética y responsabilidad social

## Evaluación

- Desarrollar **Producto académico N° 4**, para lo cual se utilizará cuestionarios con resolución de casos prácticos.

Te recuerdo que para el desarrollo de nuestra asignatura contamos con Recursos Educativos Virtuales





# Bienvenidos a la asignatura de



# Gracias por su atención

Docente: Paola Suárez Hinojosa

Correo: [psuarez@continental.edu.pe](mailto:psuarez@continental.edu.pe)



[www.continental.edu.pe](http://www.continental.edu.pe)