



fau

CARRERA DE ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO
CARRERA DE GEOGRAFÍA
ESCUELA DE PREGRADO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

Programa Curso
Semestre primavera 2014
Carrera Diseño

Nombre del Curso	Código
Marketing I	DGH307

Área	Gestión	Carácter	Obligatorio
Profesor	Karen Hormazábal	Régimen	Semestral
Ayudante(s)		Horas	3.0 hrs.
Monitor(es)		Nivel	5° semestre
Requisitos	DGH208		

* Completar el formato en tamaño de fuente 12 ptos., tipografía arial

Descripción general y enfoque (se sugiere un máximo de 22 líneas)

Este curso está orientado a revisar los aspectos teóricos y las aplicaciones prácticas que el marketing aporta al diseño. Su énfasis metodológico está orientado a caracterizar las situaciones a las que se verá enfrentado un profesional del diseño ya sea en un desempeño profesional independiente o formando parte de la cadena de valor de una empresa, y lograr proyectos, productos y/o servicios más direccionados al mercado.

Requisitos del estudiante

DGH208

Resultados de aprendizaje en términos de competencias genéricas y específicas

ÁMBITO COGNITIVO:

- Identificar las variables que influyen en las decisiones de marketing de una empresa y analizar las relaciones que se establecen entre las organizaciones y su entorno
- Analizar los factores determinantes en la toma de decisiones de compra de los consumidores
- Analizar las variables de marketing operativo que conforman el mix de marketing de una empresa a partir de la estrategia corporativa y las opciones



fau

CARRERA DE ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO
CARRERA DE GEOGRAFÍA
ESCUELA DE PREGRADO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

de segmentación de mercado tomadas por la empresa

- Analizar las oportunidades que ofrece el mercado para el desarrollo de la profesión

ÁMBITO PROCEDIMENTAL:

- Explicar las conductas competitivas de las empresas a partir de modelos de análisis estratégico e identificar escenarios competitivos resultantes
- Identificar los componentes de un plan comercial operativo analizando factores relevantes del éxito en función de indicadores de gestión
- Diseñar estrategias y planes de acción de marketing acordes a las empresas de diseño

ÁMBITO ACTITUDINAL:

- Valorar los conocimientos adquiridos y discriminar los aportes externos de los propios
- Desarrollar capacidad crítica frente a las prácticas de marketing observadas
- Desarrollar destrezas complementarias al desarrollo de la profesión



fau

CARRERA DE ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO
CARRERA DE GEOGRAFÍA
ESCUELA DE PREGRADO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

Contenido y fechas

UNIDAD 1: Introducción al marketing

- Conceptos básicos
- La función del marketing
- Ética y responsabilidad social
- El marketing y necesidades
- Marketing y mercado
- Decisiones de marketing

UNIDAD 2: Desarrollo del marketing

- Marketing operativo
- Marketing digital
- Marketing de servicios
- Marketing estratégico
- Marketing Mix

UNIDAD 3: Definición de mercados

- Análisis del Consumidor
- Demanda del consumidor
- Decisiones de compra
- Segmentación de Mercados

UNIDAD 4: Análisis del entorno

- Organización de mercados
- Análisis competitivo
- Diferenciación y Posicionamiento

UNIDAD 5: Decisiones de Marketing

- Diseño y desarrollo de Producto
- Ciclo de vida del producto
- Decisiones de Precio
- Decisiones de Distribución, canales y Logística
- Decisiones de Comunicación



fau

CARRERA DE ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO
CARRERA DE GEOGRAFÍA
ESCUELA DE PREGRADO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

Estrategias de enseñanza-aprendizaje (metodología)

Durante la ejecución del curso se utilizará una metodología activa en base a:

1. Clases presenciales expositivas y discusión temática, donde se priorizará la participación de los alumnos
2. Análisis de casos aplicados

Trabajos de aplicación de contenidos e investigación con presentaciones grupales e individuales

Sistema de evaluación

Las notas se ponderarán en la escala de 1 a 7.

EVALUACIONES SUMATIVAS

Durante el proceso formativo del semestre se realizarán 5 evaluaciones, en base a lo aprendido en clases, con una ponderación del 20% cada una.

EVALUACIÓN RECUPERATIVA

Los alumnos, que por razones validadas por la Jefatura de Carrera, no rindiesen alguna prueba durante el semestre, tendrán derecho a rendir una prueba recuperativa, la que se informará antes de terminar el semestre.

Salidas a terrenos

Fecha	Docentes	Destino y lugar	Área de estudio
Región	Km. a recorrer	Hora salida y llegada	



fau

CARRERA DE ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO
CARRERA DE GEOGRAFÍA
ESCUELA DE PREGRADO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

Documentación Bibliográfica

Básica de la especialidad

VITRAC, J.P. GATÉ, J.C. **La estrategia de producto y Diseño en el plan de marketing**. 1994. Barcelona. Gestión 2000.

GAJARD0, R. **Modelos de negocio para empresas emergentes de diseño**. 2010. Santiago.

Complementaria

KOTLER, P. ARMSTRONG, G. **Dirección de marketing**. 2008. México. Ed. Pearson Educación

SCHIFFMAN, L. y LAZAR L. **Comportamiento del consumidor**. 2005. México. Ed. Pearson Educación.