

**UNIVERSIDAD DEL Bío - Bío**  
**VICERECTORÍA ACADÉMICA - DIRECCIÓN GENERAL DE DOCENCIA**

**ASIGNATURA: MARKETING II**  
**CODIGO : 610056**

**1.- IDENTIFICACIÓN**

- 1.1.- CAMPUS : Concepción
- 1.2.- FACULTAD : Ciencias Empresariales
- 1.3.- UNIDAD : Departamento de Auditoría y Administración
- 1.4.- CARRERA : INGENIERIA COMERCIAL
- 1.5.- N. de CREDITOS : 5 TEORÍA: 4 PRÁCTICA: 2
- 1.6.- REQUISITOS DE LA ASIGNATURA
  - 1.6.1.- MARKETING I (610043)

**2.- DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS**

**2.1.- Descripción:**

Este curso está centrado en lo que la Gerencia de Marketing y la Dirección deben conocer sobre Comercialización. Tiene una orientación hacia la Planificación Estratégica y su implementación, al igual que se orienta al estudio de los sectores industriales.

**2.2.- Objetivos:**

Al final del curso el alumno deberá ser capaz de:

- 1.- Desarrollar un Plan de Marketing
- 2.- Conocer estrategias competitivas genéricas
- 3.- Analizar sectores industriales
- 4.- Estudiar el comportamiento de Mercados Industriales y de Servicios
- 5.- Evaluación de estrategias adoptadas por los sectores industriales.

**3.- RESUMEN DE UNIDADES PROGRAMATICAS**

**UNIDADES PROGRAMATICAS**

- 01 Planificación y Control de la actividad de Marketing
- 02 Estrategias Competitivas
- 03 Análisis Industrial
- 04 Mercado Industrial y de Servicios

#### **4.- UNIDADES PROGRAMÁTICAS**

##### **UNIDAD 01: PLANIFICACION Y CONTROL DE LA ACTIVIDAD DE MARKETING**

- 1.1 El Plan de Marketing
- 1.2 Organización de las actividades de Marketing
- 1.3 El control de la actividad de Marketing
- 1.4 El concepto de Marketing como filosofía empresarial

##### **UNIDAD 02: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS**

- 2.1 Concepto de Estrategia
- 2.2 Liderazgo en Costos-Curva de la experiencia
- 2.3 Estrategias Competitivas: líder, retador, seguidor

##### **UNIDAD 03: ANALISIS INDUSTRIAL**

- 3.1 Análisis mediante matrices: BCG, Shell, Ansoff, ADL
- 3.2 Estudio de un sector industrial
- 3.3 Modelo Porter
- 3.4 Evaluación de estrategias adoptadas por el sector
- 3.5 Análisis de tendencias del sector industrial

##### **UNIDAD 04: MERCADO INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS**

- 4.1 Características
- 4.2 Segmentación
- 4.3 Mezcla Comercial

#### **5.- BIBLIOGRAFÍA**

- Lambin, Jean Jacques : Marketing Estratégico. Mc Graw-Hill. (1995)
- Porter, Michael : Estrategia Competitiva, Edit. Continental (2002)
- Sallenave, Jean Paul : Gerencia y Planeación Estratégica. Edit. Norma