

PROGRAMA DE ASIGNATURA UV

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ASIGNATURA

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA:

Facultad:	FACEA		Carrera:	INGENIERIA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES	
Nombre Asignatura:	GERENCIA DE MARKETING		Código:	AFG	
Nivel:	Pregrado		Duración:	Semestral	
Prerrequisito(s):	No tiene				
Horas cronológicas semanales			N° de semanas	Total de horas semestrales	N° de créditos
Presenciales	No presenciales	Total			
3	1,5	4,5	18	81	3

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

La asignatura **Gerencia de Marketing** proporciona una visión actualizada, aplicada y estratégica sobre los principales cambios que están transformando la forma en que las empresas se relacionan con sus clientes. A lo largo del curso se analizan las transformaciones en el comportamiento del consumidor, la evolución del marketing hacia enfoques human-centric, el impacto del entorno digital, las estrategias omnicanal, y la creciente importancia de la experiencia del cliente como diferenciador competitivo.

Mediante el análisis de casos reales, herramientas prácticas y métricas clave, los estudiantes desarrollarán habilidades para diseñar estrategias de marketing que respondan a las expectativas

actuales del mercado, integrando conceptos como customer experience, marketing 5.0, storytelling, marketing digital, innovación en valor, y medición de la experiencia.

La asignatura combina una perspectiva estratégica con una profunda orientación práctica, promoviendo el pensamiento crítico, la creatividad y la capacidad de adaptación en entornos de negocios dinámicos.

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

1. IDENTIFICACIÓN:

Nombre Asignatura	GERENCIA DE MARKETING
Código	AFG
Prerrequisito(s)	No tiene

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

1. Analizar las principales tendencias del marketing contemporáneo, comprendiendo cómo influyen en la relación entre las marcas y los consumidores en un entorno digital, dinámico y centrado en la experiencia.
2. Aplicar herramientas de segmentación, posicionamiento y propuesta de valor, alineadas con las nuevas exigencias del consumidor actual y las estrategias de marketing personalizadas y diferenciadas.
3. Diseñar estrategias de marketing centradas en el cliente, integrando conceptos como customer experience, marketing omnicanal, inbound marketing y storytelling para crear vínculos duraderos y relevantes con los consumidores.
4. Evaluar campañas y acciones de marketing a través de indicadores clave, como el Net Promoter Score (NPS), la tasa de retención de clientes (TRC) y el retorno sobre la inversión (ROI), aplicando una visión orientada a resultados.

5. Proponer soluciones de valor innovadoras mediante el uso del enfoque cliente-problema-solución y la metodología Lean Startup, respondiendo de forma creativa y estratégica a las nuevas demandas del mercado.

3. CONTENIDOS:

Unidad 1. El nuevo entorno del marketing y el consumidor actual

Contenidos:

Cambios en el comportamiento del consumidor.
Hábitos, preferencias y exigencias actuales.
Human-Centric Marketing: colaborador + cliente.
Satisfacción como superación de expectativas.
Webrooming, showrooming y e-commerce postpandemia.
Atención y multipantalla en consumidores digitales.

Unidad 2. Estrategias de segmentación, posicionamiento y propuesta de valor

Contenidos:

Segmentación geográfica, demográfica, psicográfica y conductual.
Desarrollo de personas consumidoras y arquetipos de cliente.
Propuesta de valor funcional, emocional y relacional.
Valor percibido: beneficios vs. costos.
Mapa perceptual y declaración de posicionamiento.

Unidad 3. Marketing digital, omnicanalidad e inbound marketing

Contenidos:

Marketing tradicional vs. inbound marketing.
Estrategias ATL y BTL.
Omnicanalidad y micro-momentos.
Storytelling como herramienta de conexión emocional.
Contenido generado por el usuario (UGC).

Unidad 4. Customer Experience como estrategia competitiva

Contenidos:

El cliente como eje central de la estrategia.
Experiencia vs. eficiencia: claves de la fidelización.
Ciclo del servicio y momentos críticos.
Indicadores de experiencia del cliente: NPS, CSAT, CES.
Talleres y casos aplicados: Zappos, VTR, Tutto.

Unidad 5. Innovación en marketing y desarrollo de productos

Contenidos:

Diferencias entre creatividad e innovación.
Tipos de innovación: incremental, radical, disruptiva, arquitectónica.
Enfoque Lean Startup: crear, medir, aprender.
Producto mínimo viable (PMV) y validación de mercado.
Casos de innovación: Dropbox, Spotify, Open English.

Unidad 6. Estrategias de crecimiento y diversificación empresarial

Contenidos:

Estrategias de crecimiento intensivo: penetración, desarrollo de producto y mercado.
Diversificación concéntrica, horizontal y por conglomerados.

Integración vertical y horizontal.

Posicionamiento competitivo: diferenciación vs. bajo costo.

Talleres con casos aplicados: Max de Negri, Naturwell, Nubank.

4. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Estrategias de enseñanza:

Clases sincrónicas con enfoque participativo: Sesiones en vivo con análisis de conceptos clave, discusión de casos, resolución de dudas y síntesis colaborativa.

Estudio de casos reales: Presentación de casos emblemáticos (Max de Negri, Naturwell, Nubank, entre otros.) con preguntas guía que promuevan el pensamiento estratégico. Análisis en grupos con debate posterior en aula virtual.

Uso de videos explicativos y cápsulas temáticas: Videos breves grabados para introducir conceptos teóricos de forma clara y atractiva. Espacios para revisar material asincrónico con posterior aplicación en clase.

Estrategias de aprendizaje:

Aprendizaje activo y experiencial: Resolución de desafíos empresariales con base en casos reales. Aplicación de conceptos mediante simulaciones, mapas estratégicos y análisis de mercado.

Trabajo colaborativo en entornos virtuales: Formación de equipos para el desarrollo de presentaciones, investigaciones o debates en línea.

Desarrollo de un proyecto integrador: Aplicación de los contenidos del curso en una empresa real o simulada. Presentación del proyecto en la última unidad con retroalimentación del docente y pares.

5. SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Sistema de evaluación:

El curso contempla un sistema de evaluación grupal orientado al desarrollo de competencias colaborativas y aplicación práctica del conocimiento. Los estudiantes trabajarán en equipos para resolver casos

empresariales reales, diseñar estrategias de diversificación e internacionalización, y presentar un proyecto integrador al final del módulo. La evaluación considerará la resolución de casos parciales.

6. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE:

6.1. BIBLIOGRAFÍA:

Bibliografía Básica Obligatoria:		
Autor, título, editorial, año de edición.	Biblioteca en que se encuentra	Nº de libros disponibles
Kotler, P. et. al. (2021). Marketing 5.0: tecnología para la humanidad. Wiley. Nueva Jersey	VIRTUAL	
Castillejo, G. (2023). <i>Cómo medir la experiencia del cliente y del empleado: Un enfoque integral</i> . Pluma Digital Edición	VIRTUAL	

Bibliografía Complementaria:		
Autor, título, editorial, año de edición.	Biblioteca en que se encuentra	Nº de libros disponibles



**Universidad
de Valparaíso**
CHILE

DIVISIÓN ACADÉMICA

6.2. OTROS RECURSOS:

<https://www.gerardocastillejo.com/blog>



**Universidad
de Valparaíso**
CHILE

DIVISIÓN ACADÉMICA

Responsable(s) del programa:	
Docente(s) a cargo:	
Versión / fecha de actualización:	

DESCRIPCIÓN DE LOS ELEMENTOS FORMALES DEL PROGRAMA DE ASIGNATURA UV (instructivo para llenar programa).

El formato de asignatura propuesto consta de dos partes: una descripción general de la asignatura y el programa de asignatura propiamente tal. La primera parte da cuenta de aquellos elementos de la asignatura que la conectan e integran directamente con el plan de estudios de la carrera. Además, dichos elementos se caracterizan por su mayor estabilidad en el tiempo, pues su modificación podría requerir una innovación o ajuste curricular. En contraste, la segunda parte contiene aquellos elementos modificables por parte del docente o docentes responsables de la asignatura, en razón de la planificación semestral correspondiente.

Elementos a considerar para el diseño del programa de una asignatura:

- Proyecto Educativo UV: orientado por competencias y centrado en el aprendizaje del estudiante.
- Perfil(es) de egreso. Competencia(s) del perfil de egreso involucrada(s) en la asignatura.
- Perfil de ingreso. Características y conductas de entrada de los estudiantes.
- Mapas de progreso (competencias genéricas y específicas).
- Malla curricular (ciclos, áreas formativas, líneas curriculares, prerrequisitos y SCT).
- Considerar las dimensiones del aprendizaje: conceptual, procedimental y actitudinal.
- Organizar los aprendizajes de manera progresiva y secuencial.
- Estrategias de enseñanza y aprendizaje.
- Estrategias de evaluación.
- Grado de presencialidad (docencia directa y trabajo autónomo).
- Contexto: infraestructura y equipamiento institucional.

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ASIGNATURA

1. Identificación de la asignatura

- a. Facultad: de pertenencia.
- b. Carrera: de pertenencia.
- c. Nombre: definido en el plan de estudios.
- d. Código: definido en el plan de estudios.
- e. Nivel: semestre en que se ubica.
- f. Duración: semestral o anual.

- g. Prerrequisitos: asignaturas previas aprobadas.
- h. Horas cronológicas semanales:
 - Presenciales: docencia directa.
 - No presenciales: trabajo autónomo del estudiante.
 - Total: presenciales + no presenciales.
 - N° de semanas: total semanas del semestre.
 - Total de horas semestrales: total de horas semanales x n° de semanas.
 - N° de créditos: total de horas semestrales / 27 hrs. (valor crédito en la UV).

Principios que orientan la aplicación del SCT – Chile:

- 60 créditos académicos representan el tiempo de dedicación para que un estudiante, a tiempo completo, logre los resultados de aprendizaje de un año del plan de formación. Este tiempo varía entre 1.440 y 1.900 horas anuales.
- La asignación de créditos a una asignatura se basa en la carga de trabajo del estudiante.
- Cada asignatura tiene asignado un número de créditos como proporción total anual, el que se expresa en enteros.
- El trabajo total del estudiante solo puede ser medido por aproximación, puesto que el universo estudiantil presenta alta dispersión y los métodos para recoger información tienen baja confiabilidad.
- Una asignatura, no importando el plan de formación en que se encuentre, tiene un único valor en créditos al interior de una institución.
- La obtención de créditos por parte de un estudiante supone una evaluación y el haber superado los mínimos establecidos.

NOTA: ver anexos “matriz para la estimación de la carga horaria: desglose según actividades curriculares”.

2. Descripción de la asignatura

En este apartado se define el sentido general del curso, considerando los siguientes aspectos:

- Modalidad de enseñanza (presencial, semipresencial o *elearning*).
- Ciclo o área formativa de pertenencia (básico, profundización disciplinar, profundización profesional; u otra categorización similar utilizada por la carrera).
- Contribución a los perfiles de egreso (licenciatura y/o título profesional).

Esta asignatura contribuye al desarrollo de la(s) siguiente(s) competencia(s) del perfil de egreso de licenciatura y/o título profesional...

...diferenciando competencias genéricas y específicas, y niveles de dominio correspondientes (inicial o base, intermedio, final o salida).

NOTA: en el caso de las asignaturas tributarias al perfil sello UV (atención preferencial a los primeros años, talleres de integración y formación general) deben explicitar su aporte a las competencias genéricas del sello UV (ver anexos).

- Caracterizar la metodología a emplear en la asignatura. Definir, de manera general, las modalidades organizativas y los métodos de enseñanza y aprendizaje a desarrollar durante el curso.

- Modalidades organizativas: distintos escenarios donde tienen lugar las actividades curriculares a realizar por el profesorado y los estudiantes a lo largo de un curso, y que se diferencian entre sí en función de los propósitos de la acción didáctica, las tareas a realizar y los recursos necesarios para su ejecución.
 - Presenciales: clases teóricas, seminarios, talleres, laboratorios, tutorías, prácticas, etc.
 - No presenciales: trabajo autónomo, trabajo grupal, aula virtual, etc.
- Métodos de enseñanza y aprendizaje: conjunto de procedimientos, técnicas y recursos lógicamente coordinados para dirigir el aprendizaje del estudiante hacia determinados objetivos. Ejemplos: lección magistral, estudio de casos, resolución de ejercicios, aprendizaje basado en problemas, aprendizaje orientado a proyectos, aprendizaje colaborativo, contrato de aprendizaje, etc.

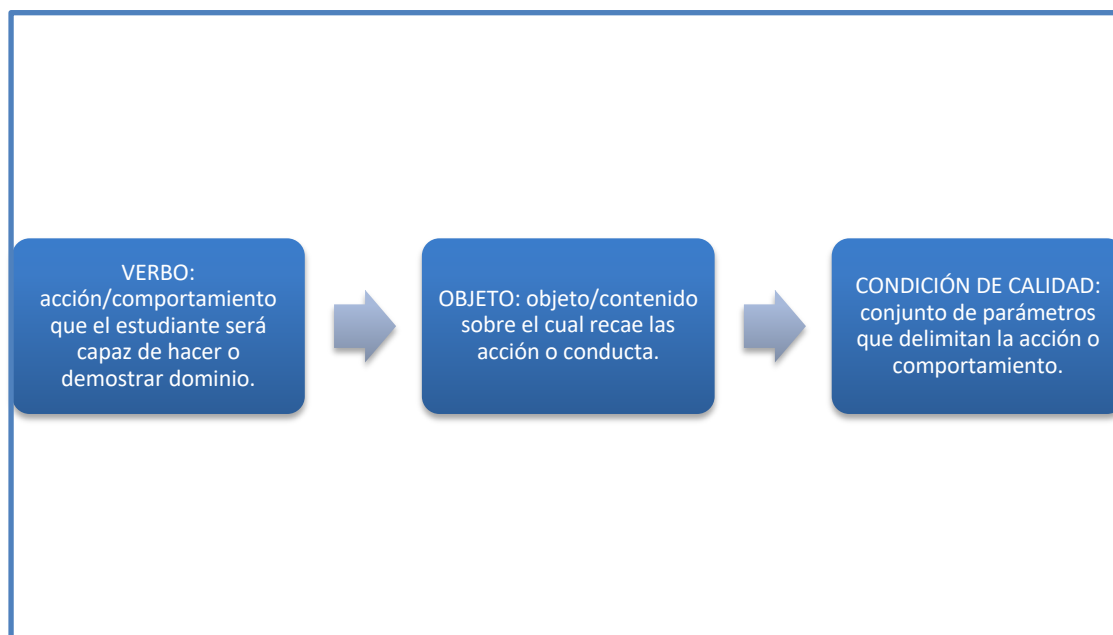
PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

1.- Identificación

- a. Nombre: definido en el plan de estudios.
- b. Código: definido en el plan de estudios.
- c. Prerrequisitos: asignaturas previas aprobadas.

2.- Resultados de aprendizaje: descripción de los resultados de aprendizaje esperados, en tanto conocimientos, habilidades y/o actitudes que los estudiantes deben demostrar al finalizar el curso. Analizar la(s) competencia(s) (contenidos/temas y tareas que la componen) para desagregar los saberes (conceptuales, procedimentales y actitudinales) implicados para su logro. No exceder los niveles de desarrollo esperados en la(s) competencia(s).

REDACCIÓN RESULTADOS DE APRENDIZAJE:



NOTA: ver lista de verificación para redactar resultados de aprendizaje en anexos, y relaciones entre competencias y resultados de aprendizaje.

3.- Contenidos: selección de saberes relevantes y significativos de la asignatura.

4.- Estrategias de enseñanza y aprendizaje: en este apartado se debe mencionar por ejemplo: clase expositiva participativa, discusión y resolución de casos, aprendizaje orientado en proyectos, aprendizaje orientado por problemas, simulaciones, uso de TICs, salidas a terreno, debates, seminarios, etc.)

5.- Sistema de evaluación: en este apartado se debe mencionar:

- procedimientos e instrumentos de evaluación: prueba objetiva, de ensayo, disertaciones, ensayos, reportes trabajo en grupo, portafolios, informes de laboratorio, informes técnicos, planos, maquetas...
- sistema de calificación y requisitos de aprobación según el Reglamento de Estudios.

6.- RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE: referenciar según la normativa sugerida por SIBUVAL.

- a. BIBLIOGRAFÍA: de preferencia libros, revistas y artículos impresos o digitales disponibles en las bibliotecas del sistema SIBUVAL. Se recomienda desglosar en bibliografía básica y complementaria.
- b. Otros recursos: documentos digitales, medios auditivos, medios audiovisuales, informáticos (sitios web, plataformas web, entre otros).

Responsable(s) del programa: docente(s) responsable(s) de la elaboración del programa.

Docente(s) a cargo: docente(s) que imparte(n) la asignatura.

Versión: número de versión del programa.

Fecha de actualización: fecha de la última revisión y modificación del programa.

ANEXOS:

MATRIZ PARA LA ESTIMACIÓN DE LA CARGA HORARIA: DESGLOSE SEGÚN ACTIVIDADES CURRICULARES.

NOMBRE DE LA ASIGNATURA:

CRÉDITOS:

	TIPO ACTIVIDAD	HORAS X SEMANA	N° DE SEMANAS	TOTAL HORAS SEMESTRALES
PRESENCIAL / DOCENCIA DIRECTA	Cátedra			
	Ayudantía			
	Laboratorio			
	Evaluaciones			
NO PRESENCIAL / TRABAJO AUTÓNOMO	Estudio personal			
	Tareas			
TOTALES				

1 CRÉDITO = 27 H CRONOLÓGICAS POR SEMESTRE		
1 CRÉDITO = 1,5 H CRONOLÓGICAS POR SEMANA		
	HORAS	CRÉDITOS
SEMANA	45	
SEMESTRE	810	30
AÑO	1620	60

COMPETENCIAS GENÉRICAS SELLO UV:

- Manejo de herramientas efectivas en la búsqueda, actualización y gestión de los conocimientos a través de un aprendizaje autorregulado constante, con el objetivo de mejorar las habilidades profesionales desempeñadas en el ámbito laboral.
- Integración y colaboración constante en equipos de trabajo desempeñándose activamente como líder, manejando las distintas adversidades de ambientes complejos con el fin de conseguir objetivos comunes en los distintos ámbitos de intervención disciplinar.
- Actuación competente en el ejercicio profesional movilizando conocimientos, procedimientos y actitudes que demuestren un sentido de ciudadanía y servicio público, respetando la diversidad y promoviendo la equidad de manera constante.
- Emplea de manera correcta y pertinente el idioma castellano, de forma oral y escrita, para un adecuado desenvolvimiento profesional.
- Comprende, utilizar y analizar textos escritos en inglés con propósitos académicos que faciliten el tránsito universitario y contribuyan al desarrollo profesional.

LISTA DE VERIFICACIÓN PARA REDACTAR RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Kennedy, 2007):

- *¿Me he centrado en resultados y no en procesos? Es decir, ¿me he centrado en lo que el estudiante es capaz de demostrar y no lo que he hecho al enseñar?*
- *¿Comencé cada resultado con un verbo de acción?*
- *¿Utilicé solamente un verbo de acción para cada resultado de aprendizaje?*
- *¿Evité términos vagos como saber, comprender, aprender, estar familiarizado con, estar expuesto a, estar familiarizado con y estar conciente de?*
- *¿Se pueden observar y medir mis resultados?*
- *¿Se pueden evaluar mis resultados?*
- *¿Incluí resultados de aprendizaje de acuerdo a los niveles de la Taxonomía de Bloom?*
- *¿Coinciden todos los resultados con las intenciones y el contenido del módulo?*
- *¿Sugerí un número adecuado de resultados (se aconseja máximo 7 a 9 por asignatura)?*
- *¿Es posible lograr los resultados dentro el tiempo y los recursos disponibles?*

RELACIONES ENTRE COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

- Una competencia es un conjunto de **resultados de aprendizaje**. Los **resultados de aprendizaje** contribuyen a la adquisición de la competencia.
- Las competencias no pueden ser observadas y evaluadas directamente en toda su complejidad, pero pueden ser inferidas de los desempeños y **resultados de aprendizaje**.
- Las competencias de un perfil de egreso dan sentido de unidad a un plan de estudios y declaran de lo que es capaz el estudiante al finalizar sus estudios. Por su parte, los **resultados de aprendizaje** dan cuenta de lo que el estudiante es capaz de hacer al terminar una unidad, módulo o asignatura.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE PARA LA ASIGNATURA DE INFANCIA Y TRANSFORMACIONES
SOCIOCULTURALES DE LA MODERNIDAD (EDUCACIÓN PARVULARIA)**

Competencia Específica 1

Evidencia una actitud investigativa en la construcción del saber pedagógico y generación de conocimientos y su implementación en variados contextos educativos, sustentada en el dominio de teorías y métodos de investigación, así como de los fundamentos teóricos disciplinares actualizados y del análisis crítico y reflexivo de la realidad.

Nivel de dominio:

Conoce técnicas y procedimientos de observación y descripción que posibiliten el análisis reflexivo de la realidad de la educación parvularia, la infancia y el ser docente.

Resultados de aprendizaje:

- Observa y describe reflexivamente la realidad histórica y actual de la infancia.
- Realiza un análisis crítico sobre el ser docente y trabajar con la infancia.
- Utiliza procedimientos y técnicas de observación relacionados con la infancia en el contexto de la posmodernidad.

REFERENCIAS:

- Blanco, A. (coord.) (2009). *Desarrollo y evaluación de competencias: en Educación Superior*. 2ª edición. Madrid: Narcea. Clasif: 371.3 B641d
- Brown, S. & Glasner, A. (2010). *Evaluar en la universidad: problemas y nuevos enfoques*. 3ª edición. Madrid: Narcea. Clasif: 378.1664 B8151e.
- Díaz Barriga Arceo, F. & Hernández Rojas, G. (2010). *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo: una interpretación constructivista*. 3ª edición. México D.F.: McGraw-Hill. Clasif: 371.3 D542e.
- Eggen, P. & Kauchak, D. (2009). *Estrategias docentes: enseñanza de contenidos curriculares y desarrollo de habilidades de pensamiento*. 3ª edición. México D.F.: FCE. Clasif: 370.15 E29e.
- Kennedy D. (2007). *Redactar y utilizar resultados de aprendizaje: un manual práctico*. Irlanda: University College Cork. Clasif: 371.20 K381r.
- López Pastor, Víctor, 2009, Evaluación formativa y compartida en Educación Superior: propuestas, técnicas, instrumentos y experiencias, , Narcea, 378 L 8817e 2009,
- Monereo Font, C. (coord.) (2002). *Estrategias de aprendizaje*. 2ª edición. Barcelona: UOC. Clasif: 371.3 Es882e.
- Monereo, C. (coord.) (2006). *Estrategias de enseñanza y aprendizaje: formación del profesorado y aplicación en la escuela*. 11ª edición. Barcelona: Graó. Clasif: 370.1523 E22e.
- Poblete Ruiz, M. & García Olalla, A. (2007). *Desarrollo de competencias y créditos transferibles. Experiencia multidisciplinar en el contexto universitario*. Bilbao: Ediciones Mensajero. Clasif: 378.007 P7505d.
- Tobón, S. (2011). *Formación basada en competencias: pensamiento complejo, diseño curricular y didáctica*. 2a edición. 8a reimpresión. Bogotá: Ecoe Ediciones. Clasif: 371.3 T629f.
- Villa Sánchez, A. (dir.) (2008). *Aprendizaje basado en competencias: una propuesta para la evaluación de las competencias genéricas*. 3ª edición, Bilbao: Ediciones Mensajero. Clasif: 371.3 V712a.
- Zabala, A. & Arnau, L. (2010). *11 Ideas clave: cómo aprender y enseñar competencias*. 1a edición. 7a reimpresión. Barcelona: Graó. Clasif: 371.3 Z392i.