



# UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

VICERRECTORADO ACADÉMICO

## Programa de la Asignatura (Sílabo)

1. Datos Generales y Específicos:			
a) Código de la Asignatura:	FO.7.7 FO.M.O.	b) Nombre de la Asignatura:	MARKETING ODONTOLOGICO.
c) Facultad:	ODONTOLOGIA	d) Carrera:	ODONTOLOGIA
e) Nivel:	VII	f) Unidad de Organización Curricular:	OPTATIVA
g) Créditos:	4	h) Modalidad:	PRESENCIAL
i) Prerrequisitos:	NINGUNA	j) Horas:	128
k) Correquisitos:	NINGUNO	l) Docencia:	50 Prácticas: 14 Autónoma 64
m) Elaborado por:	DRA. XIMENA ARTEAGA ESPINOZA Mg.	n) Período Académico:	2016 - 2017 (1)
o) Docente responsable:	DRA. XIMENA ARTEAGA ESPINOZA Mg.	p) Horario:	LUNES 7:45 A 9:15 AM. MIERCOLES 10:45 A 12:15 HORAS

2. Caracterización de la Asignatura
<p>La asignatura se encuentra ubicada en el VII nivel de la carrera, dentro del área de la asignatura optativa, teórico - práctico que capacita a los estudiantes a seguir un proceso que comprende la identificación de necesidades y deseos del mercado objetivo, la formación de objetivos orientados al consumidor, la construcción de estrategias que crean un valor superior, la implantación de relaciones con el consumidor y la retención del valor del consumidor para alcanzar beneficios .</p>

3. Objetivo de la Carrera
<p>Formar profesionales competentes en Odontología, capacitados para desempeñarse en un modelo de atención orientado de forma pertinente hacia el paciente y la comunidad para el cuidado odontológico integral y las labores de promoción y prevención en los niveles primario y secundario de salud, con un fundamento profesional humanístico - ético y comprometido con su formación continua tanto científica, como tecnología y en valores.</p>

4. Relación de la Asignatura con los resultados de aprendizaje de la carrera		
Resultados de Aprendizaje de la Carrera	Contribución ALTA – MEDIA - BAJA	Al finalizar el periodo, el estudiante debe/podrá:
a) Identificar ls estructuras anatómicas y dentarias en su composición, forma y funcionamiento, como base para la aplicación de los diferentes procedimientos odontológicos.		

b)	Diseñar,, confeccionar, adaptar y aplicar los diversos tipos de tratamientos rehabilitadores de acuerdo a sus edades.		
c)	Identificar la conducta y comportamiento de los pacientes frente a un tratamiento odontológico.		
d)	Desarrollar las condiciones biospsociales para la convivencia en su contexto personal y laboral	ALTA	Tendra la capaciadda para aplicar estrategias en los campo laboral y formar una empresa bien preparada para dominar y conseguir una mayor cuota de mercado .
e)	Investigar en el campo de la salud bucal, en el contexto local, regional, nacional e internacional haciendo uso de herrmanientas metodológicas e informaticas.	ALTA	conoce la importancia del marketing en odontologia para detectar y sastifacer las necesidades de los clientes , mejor que la competencia y coordinar las actividades de marketing dentro de las restricciones que presenta el entorno .
f)	Conocer herramientas para la administración de instituciones en el área de la salud.		
g)	Aplicar normas de bioseguridad en los distintos tratamientos bucodentales,		
h)	Demostrar una sólida formación científica , ética y humanística con plena conciencia de las necesidades de perfeccionamiento permanente y ejercer la profesión con responsabilidad humana y social		
i)	Aplicar conocimientos odontológicos y jurídicos necesarios para resolver los problemas que se planteen y determinar las condiciones maxilobucales relacionados con la identificación de personas.		

## 5. Contenidos Mínimos (Información de la Carrera)

Marketing , importancia, objetivos.  
 Mercadeo y Odontologia.  
 Selección de su localización.  
 Tipos de financiamiento.

## 6. Metodología (Modelo Educativo)

Para el presente programa, se empleará:

- 1.El modelo constructivista para que el estudiante a través del proceso enseñanza - aprendizaje pueda elaborar su modelo cognitivo.
2. El método problémico: La situación problemática, las tareas y preguntas problemáticas aportadas por el docente .
- 3.Aplicación del método deductivo y técnicas que se tomarán como base para el aprendizaje.
4. Estudios de casos, como técnica que permitirá establecer estrategias para crear una empresa de prestigio , obteniendo mejor rentabilidad .

## 7. Perfil del Docente (Información de la Carrera)

- 1.- Profesional Odontológico competitivo.
- 2.- Esperiencia en la docencia y en el ejercicio de la salud oral.

## 8. Estructura de la Asignatura

	Unidades Temáticas	Contenidos		
		Conocimientos	Habilidades	Actitudes/Valores
1	Marketing Odontológico	Definición de marketing, importancia , objetivos Administración , desarrollo de plan de marketing, estrategia de marketing de salud, estrategia de servicio al cliente, marketing de servicio.	Aplica conocimientos de su aprendizaje y poderlos desarrollarse en los diferentes aprendidos.	Valora el conocimiento del marketing, y asume su rol de responsabilidad .
2	Mercadeo y Odontología	Beneficio del mercadeo, métodos de comunicación Planeación, organización, coordinación, dirección, ejecución, control, usos del organigrama requisitos. organización de las operaciones se su negocio.	Determina pautas de comportamiento para que logre alcanzar y transmitir una vía para llegar al éxito.	Valora las aptitudes de seguir los plantamientos y asumir su rol
3	Selección de su localización	Selección de su localización , planeación del diseño y distribución El público Publicidad Medios de publicidad	Resuelve la situación de donde va a desarrollarse y poder ejecutar su plan de función.	Asume con responsabilidad de encontrar el lugar y distribución de su ejecución.
4	Tipos de Financiamiento.	Tipos de financiamientos, fuentes de financiación Planeación de su inauguración.	Planifica como va a poder solucionar y poder ejecutar su propósito.	Emplea la creatividad para poder desarrollar y ejecutar el plan de acción.

## 9. Desarrollo de la Asignatura

	<b>U.1</b>	Aplica elementos teóricos de ejercicios prácticos en situaciones problemáticas valorando y asumiendo con responsabilidad el enfoque de género en la educación.			
		<b>RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD:</b>			
ión		Horas		Prácticas de Aplicación y	Actividades

Sesión	Fecha	Contenidos	Horas			Actividades de Docencia	Experimentación de Aprendizajes	de Trabajo Autónomo	mecanismos de evaluación
			Docencia	Prácticas	T. Autónomo				
1.1	6,8,13 DE JUNIO DEL 2016	Socialización del sílabo y formación de grupos de trabajo. Marketing - Odontológico, importancia, objetivos, etapas, clasificación, administración, empresa y marketing,	6		6	Conferencias	Trabajos de observación dirigida,		
1.2	15,20 DE JUNIO	Elementos del marketing, características del marketing. Desarrollo de su plan de de marketing, estrategia de marketing en salud, estrategia de servicio al cliente.	4		4	Conferencias	Talleres,	lectura,	informe ( 20 de junio )
1.3	22,27 DE JUNIO	Práctico		4	4	Orientacion para estudios de caso	Talleres,	lectura,	Informes (27 de junio)
<b>Total...</b>			<b>10</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>RECURSOS DIDÁCTICOS: /ídeos, documentales, sala audiovisual y laptops</b>			

U.2		Diseña planes de intervención valorando el rol protágonico de la escuela en el mejoramiento de las condiciones de niños, niñas y adolescentes en la intervención desde enfoque de género.							
<b>RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD:</b>									
Sesión	Fecha	Contenidos	Horas			Actividades de Docencia	Prácticas de Aplicación y Experimentación de Aprendizajes	Actividades de Trabajo Autónomo	Mecanismos de evaluación
			Docencia	Prácticas	T. Autónomo				
2.1	29 de junio, 4 de julio	Mercadeo y odontología, beneficios del mercadeo, métodos de comunicación de mercadeo o formas de promover los servicios o productos, estrategias de mercadeo, Desarrollo de su plan de marketing, estrategia de marketing en salud, estrategia de servicio al cliente.	4		4	Conferencias	Talleres,		pregunta de comprobacion( 4 de julio)

2.2	6,11, 13 DE JULIO	Planeación, organización, Dirección. Ejecución, control. Usos del organigrama. requisitos, Características que debe tener el Servicio Odontológico	6		6	Conferencias	Trabajos de observación dirigida,	lectura,	Ensayos ( 11 de julio ) lección escrita (13 de julio)
2.3	,18,20 DE JULIO	Práctica.		4	4	Conferencias	Trabajos de observación dirigida,	lectura,	Guías de observación ( 20 de julio )
2.4	25 DE JULIO (PEP)	Organización de las operaciones de su negocio.	2		2	conferencias	Trabajos de observación dirigida,	lectura,	
2.5	27 DE JULIO (PEP)	Evaluación de primer parcial y socialización de resultados	2		2				Reactivos.( 27 de julio )
<b>Total...</b>			<b>14</b>	<b>4</b>	<b>18</b>	<b>RECURSOS DIDÁCTICOS:</b>			

Sesión		Fecha	Contenidos	Horas			Actividades de Docencia	Prácticas de Aplicación y Experimentación de Aprendizajes	Actividades de Trabajo Autónomo	Mecanismos de evaluación
				Docencia	Prácticas	T. Autónomo				
<b>U.3</b>		<b>RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD:</b> Resuelve situaciones problemáticas desde la comprensión de los derechos humanos asumiendo su rol garante de la educación desde la perspectiva de género.								
3.1	1,3 de agosto		Selección de su localización El público	4		4	Conferencias	Trabajos de observación dirigida,	lectura,	pregunta de comprobación( 3 de agosto)
3.2	8 de agosto		Práctica.		2	2	Conferencias	trabajos de observación dirigida,		Guías de observación
3.3	10 de Agosto		Publicidad	2		2	conferencia	Trabajos de observación dirigida,		
3.4	15,17 de agosto		Medios de publicidad	4		4	Conferencias	trabajos de observación dirigida,	lectura,	informe ( 17 de Agosto)

3.5	22,24 de agosto	Planeación del diseño y la distribución Obtención del financiamiento	4		4	Conferencias	trabajos de observación dirigida,	lectura,	Ensayos (24 de Agosto )
-----	-----------------	---	---	--	---	--------------	--------------------------------------	----------	----------------------------

<b>Total...</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>16</b>	<b>RECURSOS DIDÁCTICOS:</b>
-----------------	-----------	----------	-----------	-----------------------------

<b>U.4</b>	<b>RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD:</b>	Diseña planificaciones microcurriculares desde la perspectiva de la equidad de género empleando la creatividad.
------------	---	---

Sesión	Fecha	Contenidos	Horas			Actividades de Docencia	Prácticas de Aplicación y Experimentación de Aprendizajes	Actividades de Trabajo Autónomo	Mecanismos de evaluación
			Docencia	Prácticas	T. Autónomo				
4.1	29,31 de agosto .	Tipos de financiamiento.	4		4	Conferencia	trabajo de observación dirigida		Informe (31 de Agosto)
4.2	5,7 de septiembre	practicar		4	4	Conferencia	Trabajo de observación dirigida		Guías de observación ( 14 de Septiembre)
4.3	12,14 de septiembre	Fuentes de su financiamiento.	4		4	Conferencias	Trabajos de observación dirigida,	lectura,	Lección escrita (14 de septiembre)
4.4	19 de septiembre	Segunda evaluación y socialización de resultados	2		2			lectura,	
4.5	21 de septiembre	Segunda evaluación y socialización de resultados	2		2		Trabajos de observación dirigida,		Reactivos
<b>Total...</b>			<b>12</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>RECURSOS DIDÁCTICOS:</b>			

		Teóricas	Prácticas	T. Autónomo
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>50</b>	<b>14</b>	<b>64</b>

### 10. Escenarios de Aprendizaje

Aula de clase	<input checked="" type="checkbox"/>	Escenarios experimentales o laboratorios	<input type="checkbox"/>	Escenarios Laborales	<input checked="" type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
Talleres	<input checked="" type="checkbox"/>	Escenarios virtuales o simulación	<input checked="" type="checkbox"/>	Auditorios	<input type="checkbox"/>	Especificar Nuevo	

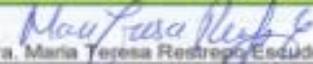
### 11. Criterios Normativos de Evaluación de Asignatura (Diagnóstica, Formativa y Sumativa)

	MODALIDAD	PONDERACIÓN	Mecanismos de Evaluación	Sesiones	Cantidad
a)	Actividades varias en clase	20%	Preguntas de comprobacion(i),leccion escrita(g)	2,1- 2.2	2
	Trabajo Autónomo	20%	informes(b), Ensayos(d)	1.2- 1.3- 2.2	3
	Practicas de aplicación y experimentacion	20%	Guias de observacion (a )	2.3	1
	Evaluación Primer parcial	40%	Reactivos (c )	2.5	1
b)	Actividades varias en clase	20%	Preparacion de clase (t), leccion escrita (g)	3.1- 4.3	2
	Trabajo Autónomo	20%	Informes(b), Ensayos(d)	3.4 -3.5 - 41	3
	Practicas de aplicación y experimentacion	20%	Guias de observacion (a )	3.2 -4.2	2
	Evaluación Final	40%	Reactivo	4.5.	1

### 12. Bibliografía Básica y Complementaria

a) Básica					
Autor	Año	Código	Nombre del Libro	Capítulo	Unidad
Svend Hollesen Jesus Arteaga Ortiz	2010	658.848	Estrategias de Marketing internacional.		
Meyer,harris,kohns, stone.	1992	658.85	Marketing		
b) Complementaria					
Web. Portales de internet disponibles en el medio <a href="http://www.Wikipedia.com">www.Wikipedia.com</a>					
c) <a href="http://www.google.com">www.google.com</a>					

### 13. Revisión y Aprobación

 Dra. Ximena Arce Espinoza Mg. Nombres y Apellidos Docente Mayo del 2016	 Dra. María Tejesa Restrepo Escudero Mg. Nombres y Apellidos Comisión Académica Fecha: Mayo del 2016	 Dr. Jose Pedro Muñoz Cruzatty Mg. Nombres y Apellidos Decanato/Coord. de Carrera Mayo del 2016
		