

Tipo	Formato	Disposicion: Interno	Emisión	Revisión
Emitido	Dirección Académica	Aprobado: Direccion General	08/04/2015	

Licenciatura: TURISMO

Materia: MERCADOTECNIA

Clave: LTU 503

Modalidad: Escolarizada

Cuatrimestre:

Horas:

OBJETIVO:	Al finalizar el curso el alumno explicará el concepto y el desarrollo de la mercadotecnia; su medio ambiente y su interrelación con otras áreas; entenderá el concepto de mercado, su clasificación, segmentación y posicionamiento; analizará el comportamiento del consumidor; identificará las técnicas de investigación y comprenderá el entorno legal de la mercadotecnia en México.
------------------	---

S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4
1	ENCUADRE	UNIDAD I 1.1.- Concepto, evolución y funciones de la mercadotecnia.	1.1.- Concepto, evolución y funciones de la mercadotecnia.	1.1.- Concepto, evolución y funciones de la mercadotecnia.
2	1.1.- Concepto, evolución y funciones de la mercadotecnia.	1.1.- Concepto, evolución y funciones de la mercadotecnia.	1.1.- Concepto, evolución y funciones de la mercadotecnia.	1.2.- Medio ambiente de la mercadotecnia.
3	1.2.- Medio ambiente de la mercadotecnia.	1.2.- Medio ambiente de la mercadotecnia.	1.2.- Medio ambiente de la mercadotecnia.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
4	EXAMEN 1a. UNIDAD	UNIDAD II 2.1.- Función de la mercadotecnia y su interrelación con otras áreas funcional.	2.1.- Función de la mercadotecnia y su interrelación con otras áreas funcional.	2.1.- Función de la mercadotecnia y su interrelación con otras áreas funcional.
5	2.1.- Función de la mercadotecnia y su interrelación con otras áreas funcional.	2.1.- Función de la mercadotecnia y su interrelación con otras áreas funcional.	2.1.- Función de la mercadotecnia y su interrelación con otras áreas funcional.	2.2.- Conceptos, clasificación, segmentación y posicionamiento de mercados.

6	2.2.- Conceptos, clasificación, segmentación y posicionamiento de mercados.	2.2.- Conceptos, clasificación, segmentación y posicionamiento de mercados.	2.2.- Conceptos, clasificación, segmentación y posicionamiento de mercados.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
7	EXAMEN 2a. UNIDAD	UNIDAD III 3.1.- Comportamiento del consumidor.	3.1.- Comportamiento del consumidor.	3.1.- Comportamiento del consumidor.
8	3.1.- Comportamiento del consumidor.	3.1.- Comportamiento del consumidor.	3.1.- Comportamiento del consumidor.	3.1.- Comportamiento del consumidor.
9	3.1.- Comportamiento del consumidor.	3.2.- Técnicas de investigación mercadológicas.	3.2.- Técnicas de investigación mercadológicas.	3.2.- Técnicas de investigación mercadológicas.
10	3.2.- Técnicas de investigación mercadológicas.	3.2.- Técnicas de investigación mercadológicas.	3.2.- Técnicas de investigación mercadológicas.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
11	EXAMEN 3a. UNIDAD	UNIDAD IV 4.1.- Entorno legal de la mercadotecnia en México.	4.1.- Entorno legal de la mercadotecnia en México.	4.1.- Entorno legal de la mercadotecnia en México.
12	4.1.- Entorno legal de la mercadotecnia en México.	4.1.- Entorno legal de la mercadotecnia en México.	4.1.- Entorno legal de la mercadotecnia en México.	4.1.- Entorno legal de la mercadotecnia en México.
13	4.2.- Permisos mercadológicos.	4.2.- Permisos mercadológicos.	4.2.- Permisos mercadológicos.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
14	EXAMEN FINAL			

Tipo	Formato	Disposicion: Interno	Emisión	Revisión
Emitido	Dirección Académica	Aprobado: Direccion General	08/04/2015	

ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:	<p>1.-Conducción Docente, manejo de Esquemas, Conceptos Básicos y Referentes Teóricos (Pizarron)</p> <p>2.-Estructuración de Reportes de Lectura y Fichas de Trabajo; uso de Medios Audiovisuales. (Pantalla).</p> <p>3.-Realizar Lecturas de Referencias Bibliográficas Sugeridas y Adicionales para generar Lluvia de Ideas.</p> <p>4.-Propiciar Actividades de Interes dentro del Proceso de Enseñanza - Aprendizaje para generar Investigaciones.</p> <p>5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teoricamente.</p> <p>6.- 2 Exposiciones durante el Cuatrimestre.</p>
---	---

ACTIVIDADES NO PERMITIDAS:	<p>1. Exámenes Orales.</p> <p>2. Exposiciones como Evaluacion.</p> <p>3. Improvisaciones.</p>
-----------------------------------	---

BIBLIOGRAFIA SUGERIDA.

	TIPO	TITULO	AUTOR	EDITORIAL	AÑO.
1	Libro				
2	Libro				
3	Libro				

CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION.

Trabajos	30%
Actividades	20%
Examen	50%
Total	100%
Escala de calificación	7- 10
Examen mínimo aprobatorio	7

NOTA:	En la planeación los exámenes aparecen siempre en día lunes, pero dependerá de la programación de la sub-dirección académica, y en esa semana se podrán hacer los cambios necesarios.
--------------	---