

<b>Tipo</b>	Formato	<b>Disposicion:</b> Interno	<b>Emisión</b>	<b>Revisión</b>
<b>Emitido</b>	Dirección Académica	<b>Aprobado:</b> Direccion General	08/04/2015	
<b>Licenciatura:</b> ADMINISTRACION Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS		<b>Materia:</b> MERCADOTECNIA	<b>Clave:</b> LAN503	
<b>Modalidad:</b> Escolarizada		<b>Cuatrimestre:</b> 5°.	<b>Horas:</b> 4	

<b>OBJETIVO:</b>	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	<b>ENCUADRE</b>	<b>UNIDAD I</b>	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	<b>RETROALIMENTACION DE CONTENIDO</b>
4	<b>EXAMEN 1a. UNIDAD</b>	<b>UNIDAD II</b>	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	2.2 Conceptos, clasificación, segmentación y posicionamiento de mercados	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	<b>RETROALIMENTACION DE CONTENIDO</b>

7	<b>EXAMEN 2a. UNIDAD</b>	<b>UNIDAD III</b>	3.1 Comportamiento del consumidor	3.1 Comportamiento del consumidor
8	3.1 Comportamiento del consumidor			
9	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	<b>RETROALIMENTACION DE CONTENIDO</b>
11	<b>EXAMEN 3a. UNIDAD</b>	<b>UNIDAD IV</b>	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	4.2 Permisos mercadológicos
13	4.2 Permisos mercadológicos	4.2 Permisos mercadológicos	4.2 Permisos mercadológicos	<b>RETROALIMENTACION DE CONTENIDO</b>
14	<b>EXAMEN FINAL</b>			

		<b>PLANEACION LICENCIATURA ESCOLARIZADO</b>		<b>DAC-PLAN-01</b>	
<b>Tipo</b>	Formato	<b>Disposicion:</b> Interno		<b>Emisión</b>	<b>Revisión</b>
<b>Emitido</b>	Dirección Académica	<b>Aprobado:</b> Direccion General		08/04/2015	

<b>ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.-Conducción Docente, manejo de Esquemas, Conceptos Básicos y Referentes Teóricos (Pizarron)</li> <li>2.-Estructuración de Reportes de Lectura y Fichas de Trabajo; uso de Medios Audiovisuales. (Pantalla).</li> <li>3.-Realizar Lecturas de Referencias Bibliográficas Sugeridas y Adicionales para generar Lluvia de Ideas.</li> <li>4.-Propiciar Actividades de Interes dentro del Proceso de Enseñanza - Aprendizaje para generar Investigaciones.</li> <li>5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teoricamente.</li> <li>6.- 2 Exposiciones durante el Cuatrimestre.</li> </ol>
---	--

<b>ACTIVIDADES NO PERMITIDAS</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exámenes Orales.</li> <li>2. Exposiciones como Evaluacion.</li> <li>3. Improvisaciones.</li> </ol>
----------------------------------	--

<b>CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION.</b>	
<b>Examen</b>	50%
<b>Actividades aúlicas</b>	20%
<b>Actiidades Web Escolar</b>	20%
<b>Trabajos</b>	10%
<b>Total</b>	100%
<b>Escala de calificación</b>	7- 10
<b>Minima aprobatoria</b>	7

<b>NOTA:</b>	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.
--------------	---