



Licenciatura: DISEÑO GRAFICO

Materia: MERCADOTECNIA

Clave: PE-LDG503

Modalidad: EJECUTIVA

Cuatrimestre: 5°.

Horas: 2

**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 I	CLASE 2
1	<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>UNIDAD I</b> <b>ASPECTOS GENERALES DE LA MERCADOTECNIA</b> I.1. Evolución de la mercadotecnia. I.2. Concepto de mercadotecnia.
2	I.3. Administración de la mercadotecnia. I.4. Misión de la mercadotecnia.	I.5. Objetivos de la mercadotecnia. I.6. Ética y metas de la mercadotecnia.
3	<b>UNIDAD II</b> <b>ENTORNO DE LA MERCADOTECNIA</b> 2.1 Empresa y consumidor.	2.2 Micro-entorno.
4	2.3 Macro-entorno.	<b>UNIDAD III</b> <b>PROCESO DE LA MERCADOTECNIA</b> 3.1 Precio. 3.2 Producto.
5	3.3 Plaza. 3.4 Promoción.	<b>UNIDAD IV</b> <b>ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA</b> 4.1 Estrategias de producto. 4.2 Estrategia de precios.
6	4.3 Estrategia de distribución 4.4 Estrategias de promoción de ventas	<b>RETROALIMENTACION DE CONTENIDO</b>
7	<b>EXAMEN FINAL</b>	



<b>ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1.-Conducción Docente, manejo</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</li><li>5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teóricamente.</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. Exposiciones</li></ol>