



Licenciatura: Diseño Grafico Materia: **MERCADOTECNIA** Clave: LDG503  
 Modalidad: Escolarizado Cuatrimestre: **5TO.** Horas: 4

**OBJETIVO:**

Conocer estrategias de Mercadotecnia que les permitan integrar la creatividad visual con objetivos comerciales, optimizando sus diseños para impactar y persuadir al consumidor, complementando sus conocimientos en Diseño Gráfico



S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4	ACTIVIDADES EN PLATAFORMA
1	<b>UNIDAD 1 INTRODUCCION A LA MERCADOTECNIA</b> 1.1 Conceptualización	1.2 Objetivos de la mercadotecnia. 1.3 Mercado 1.4 Tipos de Mercado	1.5 Segmentación del mercado 1.6 Importancia de la segmentación 1.7 Criterios de la segmentación	1.8 Proceso de Segmentación de mercado 1.9 Target 1.10 Importancia del Target	
2	1.11 Diferencia entre segmentación y Target 1.12 Posicionamiento.	1.13 Estrategias comunes de Posicionamiento 1.14 Consumidor	<b>UNIDAD 2 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA</b> 2.1 Estrategia	2.2 Mezcla de Marketing 2.3 Producto	
3	2.4 Precio 2.5 Plaza	2.6 Promoción	2.7 Evolución: Las 7P's del Marketing	2.8 Entorno de marketing	
4	<b>EXAMEN 1er. Parcial</b>	<b>UNIDAD 3. ADMINISTRACIÓN DE LA LABOR DEL MARKETING</b>	3.1 Análisis del Marketing	3.1 Análisis del Marketing	
5	3.2 Planeación del Marketing	3.2 Planeación del Marketing	3.3 Implementación del Marketing	3.3 Implementación del Marketing	

6	3.4 Control del Marketing	3.4 Control del Marketing	3.5 Rendimiento del Marketing	3.5 Rendimiento del Marketing	
7	<b>EXAMEN 2do. Parcial</b>	<b>UNIDAD 4. REDES SOCIALES COMO CANAL DE PROMOCIÓN: INSTAGRAM, TIKTOK Y LINKEDIN</b>	4.1 Redes sociales como canal de promoción: Instagram, TikTok y LinkedIn	4.2 Ventajas de las Redes Sociales como Canal de Marketing	
8	4.3 Redes Sociales Populares y sus Usos en Marketing	4.4 Objetivos del Marketing en Redes Sociales	4.5 Estrategias de Marketing en Redes Sociales	4.6 Métricas Clave en Redes Sociales	
9	4.7 Creación de contenido gráfico optimizado para plataformas digitales	4.8 Características del Contenido Gráfico Optimizado	4.9 Pasos para Crear Contenido Gráfico Optimizado	4.7 Pasos para Crear Contenido Gráfico Optimizado	
10	4.10 Herramientas para la Creación de Contenido Gráfico	4.11 Buenas Prácticas por Plataforma	4.12 SEO y diseño para sitios web: Cómo hacer gráficos amigables para motores de búsqueda.	4.12 SEO y diseño para sitios web: Cómo hacer gráficos amigables para motores de búsqueda.	
11	<b>EXAMEN 3er. Parcial</b>	<b>UNIDAD 5. PUBLICIDAD Y CAMPAÑAS</b>	5.1 Antecedentes 5.2 Diseño de campañas publicitarias efectivas.	5.3 Elaboración de materiales promocionales: Flyers, banners y anuncios digitales	
12	5.4 Análisis de campañas exitosas	UNIDAD 6 ESTRATEGIAS DE VENTA Y PERSUASIÓN	6.1 Técnicas de diseño persuasivo: Uso del color, forma y composición.	6.1 Técnicas de diseño persuasivo: Uso del color, forma y composición.	
13	6.2 Persuasión emocional en los gráficos	6.2 Diseñar para aumentar la conversión: Landings, catálogos y empaques	6.3 Persuasión emocional en los gráficos	6.3 Persuasión emocional en los gráficos	



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

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

SUGERENCIA BIBLIOGRAFICA				
No	TIPO	TITULO	AUTOR	EDITORIAL
1	Libro		Fischer, Laura y Espejo Jorge. (2017).	Mcgraw Hill. 
2	Libro	Fundamentos de mercadotecnia	Santesmases, Miguel. (2016).	Grupo editorial patria. 
3	Libro	Fundamentos de Marketing	Kotler & Armstrong	Edit. Pearson

SUGERENCIAS DE VIDEOS ACADEMICOS				
No	TIPO	TITULO	LINK	AUTOR
1	Video	MARKETING DIGITAL	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=V92Jx/2x88c">https://www.youtube.com/watch?v=V92Jx/2x88c</a>	
2	Video	MARKETING	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=V92Jx/2x88c">https://www.youtube.com/watch?v=V92Jx/2x88c</a>	
3	Video	OBJETIVO DE LA MERCADOTECNIA	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=3Kq7J5Vrer4">https://www.youtube.com/watch?v=3Kq7J5Vrer4</a>	

CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION.	
Actividades aulicas	
Actividad en Plataforma Educativa	
Examen	
Total	
Escala de calificación	7- 10
Minima aprobatoria	7

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