



PLANEACION LICENCIATURA EJECUTIVO

SAC-FOR-35

SECRETARIA ACADEMICA

LICENCIATURA: **GASTRONOMIA**MATERIA: **MARKETING
GASTRONOMICO**CLAVE: **PE-LGI604**MODALIDAD: **EJECUTIVA**CUATRIMESTRE: **3°**HORAS: **2****OBJETIVO:**

Que el alumno conozca y analice los elementos que integran la mercadotecnia, con el objeto de que la utilice como herramienta básica en el desarrollo de la empresa y productos gastronómicos. Reconociendo la importancia de la publicidad a través de la segmentación de mercados, y analizar el impacto que causa al consumidores lanzamiento de una campaña publicitaria, así como el lanzamiento de un nuevo producto, donde se informa claramente, como satisface dicho producto al consumidor y la información de empaque, etiqueta, colores y logotipo para reconocer el posicionamiento del producto en el mercado.

S	CLASE 1	CLASE 2
I	ENCUADRE	UNIDAD I INTRODUCCION A LA MERCADOTECNIA I.1 Definición y análisis. I.2 Contraste entre ventas y mercadotecnia. I.3 Diferencia entre concepto de mercadotecnia y el concepto de orientación a la producción. I.4 Definición de producto.
2	I.5 Las cinco P's de la mercadotecnia. I.6 Logotipo. I.7 Diferencia entre imagen e identidad de un producto. I.8 Ciclo de vida de un producto.	UNIDAD II MERCADOS Y SEGMENTACION DE MERCADOS 2.1 Definición de mercado. 2.2 Identificación de mercados.
3	2.3 Bases o variables de segmentación. 2.4 Posicionamiento.	UNIDAD III COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR 3.1 Definición de consumidor. 3.2 Mercados de consumo y comportamiento del comprador. 3.3 Comportamiento del consumidor.
4	3.3.1 Proceso A/DA. 3.3.2 Estudiando la zona de confort del consumidor. 3.4 La influencia de los líderes de opinión en la decisión del consumidor.	LANZAMIENTO DEL PRODUCTO 4.1 Necesidades de satisfacer el producto. 4.1.1 Pirámide de necesidades de Maslow. 4.1.2 Identificación del mercado. 4.1.3 Segmentación del mercado.
5	4.1.4 Estudios de mercado. 4.2 Creando el producto. 4.2.1 Empaque. 4.2.2 Etiqueta.	4.2.3 Psicología del color. 4.2.4 Colores y logotipo. 4.3 Publicidad del producto.
6	4.3.1 Preventivos. 4.3.2 Lanzamiento. 4.3.3 Posicionamiento. 4.3.4 Mantenimiento.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
7	EXAMEN FINAL	

ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:	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 Interés dentro del Proceso de Enseñanza - Aprendizaje para generar Investigaciones. 5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teóricamente.
---	---

ACTIVIDADES NO PERMITIDAS:	1. Exámenes Orales. 2. Exposiciones como Evaluación. 3. Exposiciones.
-----------------------------------	---

CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION.	
Trabajos Escritos	10%
Actividades aúlicas	20%
Trabajos en plataforma Educativa	20%
Examen	50%
Total	100%
Escala de calificación	7- 10
Mínima aprobatoria	7