

Licenciatura: **TURISMO**Materia: **MERCADOTECNIA**Clave: **PE-LTU503**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	PRESENTACION	Unidad I Aspectos generales de la mercadotecnia 1.1. Evolución de la mercadotecnia. 1.2. Concepto de mercadotecnia. 1.3. Administración de la mercadotecnia.
2	1.4. Misión de la mercadotecnia. 1.5. Objetivos de la mercadotecnia. 1.6. Ética y metas de la mercadotecnia.	Unidad II Entorno de la mercadotecnia
3	2.1 Empresa y consumidor.	2.2 Micro-entorno. 2.3 Macro-entorno
4	UNIDAD III Proceso de la mercadotecnia	3.1 Precio. 3.2 Producto.
5	3.3 Plaza. 3.4 Promoción.	UNIDAD IV Estrategias de mercadotecnia 4.1 Estrategias de producto. 4.2 Estrategia de precios.
6	4.3 Estrategia de distribución 4.4 Estrategias de promoción de ventas	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.