



PLANEACIÓN MAESTRÍA

DAC-PLAN-02

Maestría: ADMINISTRACION

Materia: ADMINISTRACION DE LA MERCADOTECNIA

Clave: PE-MAD102

Horas: 5

Modalidad: EJECUTIVA

Cuatrimestre: PRIMERO

OBJETIVO

El alumno conocerá y analizará las variables que integran la combinación o mezcla de mercadotecnia, así como comprenderá el concepto de mercado, su clasificación, segmentación, y posicionamiento; analizará el comportamiento del consumidor; precio y producto, identificará las técnicas de investigación y comprenderá el entorno legal de la mercadotecnia en México, para aplicar a una temática desarrollada en un caso real del sector empresarial en el ámbito regional.

	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3
TEMAS	UNIDAD I 1. INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN DE LA MERCADOTECNIA 1.1. Etapas del desarrollo económico de la mercadotecnia 1.2. Conceptos: Mercadotecnia y dirección o administración de mercadotecnia. 1.3. Enfoques en la orientación de los negocios. 1.4. Funciones directivas de la mercadotecnia 1.5. Ubicación del área de mercadotecnia en la estructura organizativa de una empresa.	UNIDAD II 2. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR 2.1. Motivación 2.2. Funciones de compra 2.3. Procesos de compra 2.4. Modelos de comportamiento de compra UNIDAD III 3. EL PRODUCTO 3.1. Concepto 3.2. Ciclo de vida del producto 3.3. Niveles del producto 3.4. Niveles en la combinación de productos 3.5. Estrategias de productos: combinación, marcas y modificación	UNIDAD V 5. LA PLAZA O DISTRIBUCION 5.1 Concepto, naturaleza y categoría de los intermediarios 5.2. Tipos de canales de distribución 5.3. Factores que determinan la selección de canales 5.4. Estrategias alternativas de distribución 5.5 Evaluación de los canales de distribución UNIDAD VI 6. LA PROMOCION 6.1. Concepto, objetivos y funciones 6.2. Modelos de comunicaciones 6.3 Actividades de la función promocional 6.4 La promoción y la comunicación persuasiva 6.5 Tipos de publicidad 6.6 Diseños de mensajes 6.7 Selección de canales 6.8 Medición de la efectividad promocional

No.	ACTIVIDADES EN EL AULA VIRTUAL:
1	Los alumnos entregaran reportes de lectura; estos consisten, por normativas institucional, únicamente mapas conceptuales, cuadros sinopticos, ensayos y super nota, véase en el manual de inducción.
2	La aplicación del examen será la última semana del término de la materia (semana 3), el día de aplicación será únicamente el día viernes y podrá realizarse entre 8:00 a.m. y 10:00 pm. Con una duración de 60 minutos.

CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION

1er Trabajo	20%
2do Trabajo	20%
3er Trabajo	20%
Examen	40%
Total	100%
Escala de calificación	8- 10
Mínima aprobatoria	8