

**PROGRAMA ANALÍTICO**

**Carrera:** Administración de Empresas

**Programa de:** Mercadotecnia VI

**Código SIS:** 1301046

**Nivel:** Octavo Semestre

**N° Hrs. de clases Teóricas:** 4 Hrs.

**N° Hrs. de clases Prácticas:** 2 Hrs.

**Prerrequisitos:**

**AREAS DE COORDINACION CURRICULAR**

**VERTICAL**

**HORIZONTAL**

1) Mercadotecnia I

1) Mercadotecnia I.

- 1) Política Empresarial.
- 2) Taller I.
- 3) Preparación y Evaluación de Proyectos.
- 4) Mercadotecnia VII.
- 5) Finanzas IV.
- 6) Finanzas V.
- 7) Personal IV.
- 8) Personal V.

**Objetivos:**

- Establecer la importancia de la comunicación en la actividad de Marketing.
- Identificar la variables que intervienen en el proceso de comunicación.
- Integrar en los procesos de comunicación la ANL como herramienta.

**Contenidos Mínimos:**

- 1. La Nueva Comunicación**
  - 1.1. Las tendencias de la comunicación
  - 1.2. Posicionamiento
  - 1.3. Diseño de Estrategia de Comunicación
  - 1.4. La tarea publicitaria
- 2. La Programación Neuro Lingüística.**
  - 2.1. Fundamentos de la Programación Neuro lingüística
  - 2.2. Estrategias de la Programación Neuro lingüística.
  - 2.3. Comunicación no verbal.
- 3. Marketing Sensorial**
  - 3.1. Los Colores en el Marketing
  - 3.2. La música en el Marketing
  - 3.3. Los aromas en el marketing
  - 3.4. Merchandising

**Bibliografía:**

- 1) El nuevo posicionamiento, Alpis, Jack Trout
- 2) Introducción ala Publicidad, Billorov Pedro.
- 3) Programación Neurolinguistica, Corradior Jhon, Bander Richard