

PROGRAMA ANALÍTICO

Carrera: Administración de Empresas

Programa de: Mercadotecnia I

Código SIS: 1301031

Nivel: Sexto Semestre

N° Hrs. de clases Teóricas: 4 Hrs.

N° Hrs. de clases Prácticas: 2 Hrs.

Prerrequisitos:

- 1) Estadística II
- 2) Economía de Empresas II

AREAS DE COORDINACION CURRICULAR

VERTICAL

- 1) Economía de Empresas II.
- 2) Estadística II.
- 3) Mercadotecnia II.
- 4) Investigación de Mercados.
- 5) Mercadotecnia V.
- 6) Política Empresarial.
- 7) Preparación y Evaluación de Proyectos.
- 8) Mercadotecnia VI.
- 9) Mercadotecnia VII.
- 10) Mercadotecnia IV.
- 11) Personal V.

HORIZONTAL

- 1) Investigación Operativa.
- 2) Producción I.
- 3) Personal I.
- 4) Ingles II.
- 5) Finanzas I.

Objetivos:

- Lograr el dominio conceptual de las variables de las actividades comerciales dela empresa.
- Lograr la comprensión de las variables comerciales en su interrelación Empresa-Entorno.

Contenidos Mínimos:

- 1. Generalidades de Marketing.**
 - 1.1. Introducción.
 - 1.2. Las variables del Marketing
 - 1.3. Sistemas de Marketing
- 2. Dirección del Marketing.**
 - 2.1. Conceptos Generales
 - 2.2. Conducta Consumidor.
 - 2.3. Segmentación.
- 3. Fundamentos Estratégicos de Marketing**
 - 3.1. Proceso de la Administración del Marketing Estratégico
 - 3.2. Análisis de la Competencia.
 - 3.3. Planificación de Marketing.

Bibliografía:

- 1) Nuevo Marketing Total, Braidot.
- 2) Dirección de Maketing, Kotler.
- 3) Fundamentos de Marketing, Stanton.
- 4) Marketing Estratégico, Lambim.