



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

PROGRAMA DE ESTUDIOS

UNIDAD	AZCAPOTZALCO	DIVISION	CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES	1 / 2
NOMBRE DEL PLAN LICENCIATURA EN ADMINISTRACION				
CLAVE	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE		CRED.	12
1210063	MERCADOTECNIA I		TIPO	OBL.
H.TEOR.	6.0	SERIACION		TRIM.
H.PRAC.	0.0	1210057 Y 1230013		VI

**OBJETIVO(S) :**

**OBJETIVO GENERAL:**

Al finalizar la UEA la y el alumno, será capaz de:

Elaborar y presentar un plan anual de mercadotecnia que considere a esta área funcional de la administración como una actividad orientada al logro de intercambios para la satisfacción de necesidades que eleve la calidad de vida de la sociedad.

**CONTENIDO SINTETICO:**

- Tema 1. Importancia de la mercadotecnia en el desarrollo de las organizaciones.
- Tema 2. Tipos de mercados y modelos de comportamiento de compra.
- Tema 3. Elementos en la mercadotecnia de productos, servicios e ideas.
- Tema 4. Canales de distribución.
- Tema 5. Comunicación integral de mercadotecnia efectiva.
- Tema 6. Precio.
- Tema 7. Plan anual de mercadotecnia con base a los principios de ética y responsabilidad social.

**MODALIDADES DE CONDUCCION DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:**

La UEA se desarrollará mediante las siguientes modalidades:

Conducción de la profesora o del profesor, previa indicación del tema a tratar para estudio de las y los alumnos, con base en la bibliografía señalada.

Estimular de manera permanente la participación y exposición activa de las y



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

Casa abierta al tiempo

ADECUACION  
PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESION NUM. 499

*Norma Tondero Lopez*  
EL SECRETARIO DEL COLEGIO

NOMBRE DEL PLAN	LICENCIATURA EN ADMINISTRACION	2/ 2
CLAVE	1210063	MERCADOTECNIA I

los alumnos en la realización de prácticas, ejercicios, debates, investigación y dinámicas que se requieran; así como en el estudio de casos, resolución de problemas y trabajo colaborativo, empleando el uso de las actuales tecnologías de información y comunicación.

Múltiples modalidades del proceso de enseñanza-aprendizaje\* para garantizar los objetivos de la UEA. Para el caso del uso de modalidades distintas a la presencial, se requiere la autorización del Director(a) de la División, Coordinador(a) de Licenciatura y Jefe(a) de Departamento.

\*De acuerdo con las Políticas Operativas de Docencia, Unidad Azcapotzalco (Sesión 419, Consejo Académico, 7-abril-2017), son ...presencial, no presencial, semipresencial, Sistema de Aprendizaje Individualizado, u otras...

#### MODALIDADES DE EVALUACION:

Evaluación global:

La o el profesor establecerá los porcentajes de evaluación contemplando los siguientes rubros:

- Investigación.
- Participación a través de reportes de consulta.
- Solución de casos.
- Resolución de problemas.
- Presentación de avances del plan anual.
- Elaboración del plan anual de mercadotecnia: reporte impreso y exposición frente a grupo.

Evaluación de recuperación:

La UEA admite evaluación de recuperación.

#### BIBLIOGRAFIA NECESARIA O RECOMENDABLE:

1. Fernández, Ricardo (2015), "Segmentación de mercados". McGraw Hill. México.
2. Kotler, Philip Y Gary Armstrong (2017), "Fundamentos Marketing". Décimo tercera ed. Pearson Educación de México.
3. Tpscott, D. (2009), "La era digital. Cómo la generación net está transformando el mundo". McGraw Hill, México.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

ADECUACION

PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESION NUM. 499

*Norma Tondero Lopez*  
EL SECRETARIO DEL COLEGIO