

Programa de Estudios Modalidad Escolarizada

(1) NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Administración de la Mercadotecnia

(2) CICLO, AREA O MUDULO: Séptimo Cuatrimestre **(3) CLAVE:** LAE0734

(4) OBJETIVO (S) GENERAL (ES) DE LA ASIGNATURA:

Al concluir el curso el alumno podrá implementar administrativamente dentro de una empresa la forma de organización, administración, dirección y control dirigido a la mercadotecnia.

(5) TEMAS Y SUBTEMAS:

- 1.- Administración de la mercadotecnia
 - 1.1. Elementos de la administración mercadológica
 - 1.2. Planeación de la mercadotecnia
 - 1.3. Bases para la toma de decisiones en un plan de mercado
 - 1.4. La importancia de la planeación en el mercado moderno
 - 1.5. La planeación mercadotecnia a largo plazo
 - 1.6. La planeación de las utilidades y la mercadotecnia
- 2.- Organización de la Mercadotecnia
 - 2.1. Concepto de organización de la mercadotecnia
 - 2.2. Determinación de la organización mas adecuada
 - 2.3. Empleo de empresas orientada y no orientada hacia el consumidor
 - 2.4. Funciones orgánicas de la mercadotecnia
 - 2.5. Como se evalúa un mercado de prueba
 - 2.6. Organización de la investigación de mercados
 - 2.7. Organización de la promoción de ventas
 - 2.8. Organización de la publicidad
 - 2.9. Organización de las relaciones públicas
 - 2.10 Organización de las ventas
 - 2.11 ¿Qué hace un gerente de ventas?
 - 2.12 Desarrollo de las fases de la venta
 - 2.13 Ventas dimensionales
 - 2.14 El gerente de ventas como un comunicador efectivo
 - 2.15 Organización de la administración de ventas
 - 2.16 La gerencia de marca
 - 2.17 Gerente de marca

(5) TEMAS Y SUBTEMAS:

3.- Dirección de la mercadotecnia

- 3.1. Definición de dirección
- 3.2. Relaciones de la mercadotecnia con las demás áreas funcionales de la empresa
- 3.3. Descripción del puesto de Gerente de mercadotecnia
- 3.4. Planeación del producto de producción, presentación y empaque

4.- Evolución y control de la mercadotecnia

- 4.1. Areas de evolución en mercadotecnia
- 4.2. Forma de controlar en base a preparación de reportes

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE

- Técnicas de comunicación
 - De motivación
 - Lluvia de ideas
- De información
 - Panel
 - Corrillo
- De discusión y/o conclusión
 - Debate
 - Simposio
 - Mesa redonda

DE MANERA INDEPENDIENTE.

- Investigación de campo, bibliográfica y documental
- Visitas a empresas, observando e identificando el proceso administrativo dirigido a la Mercadotecnia
- Elaboración de reportes
- Elaboración de ensayos

(7) EVALUACIÓN DEL CURSO:

Dos exámenes parciales	40%
Investigaciones	10%
Reportes	10%
Ensayo	10%
Examen final	30%
	100%