



Anexo 8.3  
Programa Condensado



<b>Materia o unidad de aprendizaje: Mercadotecnia</b>	<b>Última actualización: Julio 2016</b>
<b>Licenciatura: Relaciones Internacionales</b>	<b>Plan:401</b>
<b>Semestre: 3</b>	<b>Créditos: 3</b>

Semana	Tema	Actividades, Tareas, Exámenes	Bibliografía
1	Panorámica del marketing	Examen Diagnostico	Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
2	Panorámica del marketing	Caso de Valores	Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
3	Ética, responsabilidad social y el entorno del marketing		Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
4	Desarrollo de una visión global.		Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
5	Toma de decisiones del consumidor	Mapa Conceptual de la toma decisiones del consumidor	Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
6	Marketing de negocios		Fundamentos de



### Anexo 8.3



### Programa Condensado

			Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
7	Segmentación y fijación de mercados meta	Cuadro Comparativo de las bases para segmentar	Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
8	Segmentación y fijación de mercados meta		Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
9	Conceptos de productos y servicios	Ensayo de la mezcla de MKT	Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
10	Administración de los canales de marketing y la cadena de abasto		Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
11	Comunicaciones integradas de marketing y ventas personales	Caso Practico "MKT por internet"	Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
12	Publicidad, relaciones públicas y promociones de venta		Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
13	Conceptos de fijación de precios		Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011



### Anexo 8.3



### Programa Condensado

14	Estrategia de Promoción Estrategia de Plaza		Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
15	EXAMEN	Entrega PIA	Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
16	DAR RESULTADOS Y REVISION Subir Calificaciones A SIASE De Primera Oportunidad		Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
17	ASESORIA PARA 2ª.OPORTUNIDAD		Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
18	2ª. OPORTUNIDAD		Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
19	2ª. OPORTUNIDAD		Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011
20	DAR RESULTADOS 2ª. OPORTUNIDAD		Fundamentos de Mercadotecnia.LAMB HAIR MC DANIEL Ed Thompson 2011

#### ACTIVIDADES PARA EL ALUMNO

Elaboración de resúmenes, mapas conceptuales, investigaciones de términos y hechos acerca de la Mercadotecnia,



### Anexo 8.3



### Programa Condensado

participación en las dinámicas semanales. El estudiante deberá asistir a las sesiones en aula y deberá estar con actitud positiva en clase, demostrando los valores que la UANL promueve entre sus estudiantes. Se calificará el cumplimiento con los valores de la Facultad y de la UANL

Dos exámenes parciales y un examen final ordinario. En caso de no asistir al examen ordinario su calificación será NP (No Presento).

**Requisito para entrega de Producto Integrador: Caso práctico de “MKT por Internet”**

EVALUACIÓN			
Exámenes parciales	(1)	20 % c/u=	20
Mapa Conceptual		15% =	15
Cuadro Comparativo		10% =	10
Ensayo		10 % =	10
Examen final		20% =	20
Participación en dinámicas.		5% =	5
Asistencia a evento académico		10% =	10
Casos (2)	=		5
Valores		5% =	5
Calificación Total		=	100

BIBLIOGRAFÍA TEXTO
Nombre del Libro: Mercadotecnia 3ªEdición Autor (es): Fischer Laura, Espejo Jorge Editorial: Mc Graw Hill Fecha de publicación: 2011 4ª Edición
Nombre del Libro: Fundamentos de Mercadotecnia Autor (es): LAMB HAIR MC DANIEL Editorial. Ed Thompson Fecha de publicación: 2011 11ª Edicion
Nombre del Libro: Dirección de Mercadotecnia



## Anexo 8.3



### Programa Condensado

Autor (es): KOTLER PHILIP  
Editorial. Ed Pearson  
Fecha de publicación: 2012

Nombre del Libro: Fundamentos de Marketing  
Autor (es): STANTON William  
Editorial. Mc Graw Hill  
Fecha de publicación: 2007

Nombre del Libro: Fundamentos de Mercadotecnia  
Autor (es): KOTLER PHILIP  
Editorial. Ed Pearson  
Fecha de publicación: 2013

*ccp. Secretarios Académicos*  
*ccp. Auxiliar Académico*  
*ccp. Alumno*