



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
CHIHUAHUA
 UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA
 CLAVE: 08MSU0017H

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
 CLAVE: 08USU4054V

PROGRAMA DEL CURSO
MARKETING DE NEGOCIOS

DES: Económico Administrativa

Programa(s) Educativo(s): Todos

Tipo de materia: Específica - Optativa

Clave de la materia: E913AO

Semestre: Noveno

Área en plan de estudios: Formación específica

Créditos: 3

Total de horas por semana: 3

- Teoría: 3
- Laboratorio:
- Trabajo extra clase: 3

Total de horas semestre: 48

Fecha de actualización: Noviembre 2016

Clave y Materia requisito: Ninguno

Fundamentación:

En la actualidad, las organizaciones demandan egresados con competencias intelectuales y emocionales para integrar la administración, por lo tanto este programa analítico se fundamenta en el proceso de investigación, de análisis y en los resultados obtenidos del Rediseño Curricular (ver documento integral del Rediseño Curricular) y en el Modelo Educativo Basado en Competencias básicas, profesionales y específicas, a través del cual el egresado podrá incorporarse al mercado laboral con mayor facilidad y así contribuir de forma eficiente a las necesidades de los distintos sectores de la sociedad.

Perfil Académico:

Título de licenciatura el área de administración, psicología o ciencias sociales. Título de maestría deseable. Certificación profesional y/o docente deseable. 3 años de experiencia profesional en el área de administración o área afín a la materia.

Objetivo del Curso:

Integrar el Marketing con las áreas funcionales de la empresa, bajo una metodología con estrategias de perfil holístico, que contribuya de manera sustentable en la rentabilidad y en la competitividad de la empresa.

COMPETENCIAS	CONTENIDO	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
COMPETENCIAS BÁSICAS: Solución de problemas Emprendedor	Objeto de estudio 1. Paradigmas del Marketing Objeto de estudio 2. Relación del Marketing con las áreas funcionales de la empresa:	El estudiante adquiere una visión holística de la Mercadotecnia y su alcance. El estudiante analiza los beneficios de la sinergia entre el Marketing y las áreas funcionales de la empresa.

<p>Comunicación</p> <p>Trabajo en equipo y liderazgo</p> <p>COMPETENCIAS PROFESIONALES:</p> <p>Gestión de recursos</p> <p>Orientación al servicio</p> <p>Uso de la información</p> <p>Manejo del entorno de la organización</p> <p>Uso de herramientas informáticas</p> <p>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:</p> <p>Visión holística en Mercadotecnia</p> <p>Capacidad de análisis cualitativo y cuantitativo</p> <p>Desarrollo de estrategias comerciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recursos Humanos ▪ Producción ▪ Ventas ▪ Finanzas ▪ Crédito y Cobranza ▪ Logística ▪ TIC´S <p>Objeto de estudio 3. Componentes del Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ventas ▪ Publicidad ▪ Promoción ▪ Propaganda ▪ Relaciones públicas ▪ Inteligencia de negocios ▪ Servicio al cliente ▪ Marketing digital <p>Objeto de estudio 4. Estrategias ATL y BTL en el Marketing</p> <p>Objeto de estudio 5. Integración estratégica de Marketing</p>	<p>El estudiante comprende las áreas de trabajo del Marketing y sus actividades básicas.</p> <p>El estudiante distingue y analiza las estrategias ATL y BTL.</p> <p>El estudiante desarrolla una propuesta de integración estratégica de Marketing.</p>
<p>OBJETO DE APRENDIZAJE</p>	<p>METODOLOGÍA (Estrategias, secuencias, recursos, didácticas, sub temas)</p>	<p>Evidencia de aprendizaje</p>
<p>Objeto de estudio 1. Paradigmas del Marketing</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentación de la empresa e instalaciones. 2. Lluvia de ideas. 3. Mesa redonda, debate. 4. Exposición. 5. Videos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mapa mental. 2. Reporte de propuestas de estrategias de Mercadotecnia. 3. Reflexión sobre paradigmas de la Mercadotecnia.
<p>Objeto de estudio 2. Relación del Marketing con las áreas funcionales de la empresa: Recursos Humanos</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exposición. 2. Debate. 3. Consulta de lecturas. 4. Consulta de sitios web. 5. Videos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trabajo colaborativo en equipos. 2. Propuestas de mejora para cada área funcional. 3. Reporte de

Producción Ventas Finanzas Crédito y Cobranza Logística TIC'S		propuestas. 4. Casos prácticos. 5. Ejercicios cualitativos y cuantitativos.
Objeto de estudio 3. Componentes del Marketing: Ventas Publicidad Promoción Propaganda Relaciones públicas Inteligencia de negocios Servicio al cliente Marketing digital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Videos. 2. Análisis de artículos y noticias. 3. Revisión de planes de medios de empresas. 4. Consulta de lecturas. 5. Casos prácticos. 6. Simulaciones. 7. Comparativos de proyectos. 8. Análisis de Google Adwords y Facebook ADS. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Propuestas de planes de medios. 2. Ejercicios en Excel. 3. Dramatización. 4. Reporte de proyectos exitosos.
Objeto de estudio 4. Estrategias ATL y BTL en el Marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Videos. 2. Análisis de estrategias de Mercadotecnia. 3. Exposición. 4. Consulta de artículos y noticias. 5. Estudios de campañas ATL y BTL. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Propuestas de campañas publicitarias. 2. Presentación de ideas ATL y BTL.
Objeto de estudio 5. Integración estratégica de Marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mesa redonda. 2. Debate. 3. Revisión de propuestas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentación de proyectos finales. 2. Cuestionamiento de proyectos. 3. Reflexión final.

FUENTES DE INFORMACIÓN	EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE
<p>BÁSICA: Dirección de Marketing 14 ava edición Kotler y Keller Pearson</p> <p>COMPLEMENTARIA: Marketing Lamb, Hair, Mc Daniel 11 ava edición CENGAGE Learning</p> <p>Marketing, innovación y nuevos negocios 1ª edición Javier Maqueda Lafuente ESIC</p>	<p>Metodología y estrategias didácticas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tareas. 2. Exposiciones. 3. Lecturas. 4. Investigación documental. 5. Análisis de casos. <p>Evidencias de aprendizaje:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tres evaluaciones parciales 2. Una evaluación final 3. Tareas y ejercicios 4. Portafolio de evidencias
<p>Elaborado por: M.M. y M.A.R.H. Luis Daniel Andujo García, M.M. Omar Silva Villa</p>	<p>Actualización: Noviembre 2016</p>

