



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Contaduría y Administración

Plan de estudios de la Licenciatura en Administración



Programa

Ética en la Mercadotecnia

|               |                                                       |                                      |       |                              |                           |                |
|---------------|-------------------------------------------------------|--------------------------------------|-------|------------------------------|---------------------------|----------------|
| Clave<br>2091 | Semestre<br>5º y 8º                                   | Créditos<br>8                        | Área  | Mercadotecnia                |                           |                |
|               |                                                       |                                      | Ciclo | Áreas de desarrollo temprano |                           |                |
| Modalidad     |                                                       | Curso (X) Taller ( ) Lab ( ) Sem ( ) |       | Tipo                         | T ( X )   P ( )   T/P ( ) |                |
| Carácter      | Obligatorio (X)                      Optativo ( )     |                                      | Horas |                              |                           |                |
|               | Obligatorio E ( )                      Optativo E ( ) |                                      |       |                              |                           |                |
|               |                                                       |                                      |       | Semana                       |                           | Semestre / Año |
|               |                                                       |                                      |       | Teóricas 4                   |                           | Teóricas 64    |
|               |                                                       |                                      |       | Prácticas                    |                           | Prácticas      |
|               |                                                       |                                      |       | Total 4                      |                           | Total 64       |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Seriación              |  |
| Ninguna ( X )          |  |
| Obligatoria ( )        |  |
| Asignatura antecedente |  |
| Asignatura subsecuente |  |
| Indicativa ( )         |  |
| Asignatura antecedente |  |
| Asignatura subsecuente |  |

**Objetivo general:** El alumno identificará los problemas fundamentales de la moral y la ética en el mundo de la mercadotecnia, para que con una visión amplia aproveche los recursos mercadológicos en la búsqueda de alternativas que mejoren la calidad de vida de su entorno.

**Objetivos específicos:** El alumno:

1. Conocerá el entorno actual que afecta a la mercadotecnia.
2. Analizará los tipos de necesidades y aprenderá a identificarlas.
3. Conocerá qué es y a qué se refiere el capital de desperdicio.
4. Identificará los procesos y ciclos de la sociedad actual.
5. Analizará el impacto e influencia de la ética en la mercadotecnia.
6. Conocerá conceptos básicos acerca de la libertad.
7. Aprenderá la importancia que implica la responsabilidad social en la mercadotecnia.

| 8. Identificará los valores que deben tomarse en cuenta en la mercadotecnia y por qué. |                                                                       |                         |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------|
| <b>Índice temático</b>                                                                 |                                                                       |                         |           |
|                                                                                        | Tema                                                                  | Horas<br>Semestre / Año |           |
|                                                                                        |                                                                       | Teóricas                | Prácticas |
| 1                                                                                      | El mundo de la mercadotecnia                                          | 8                       | 0         |
| 2                                                                                      | La creación de las necesidades                                        | 6                       | 0         |
| 3                                                                                      | El capital de desperdicio                                             | 6                       | 0         |
| 4                                                                                      | El proceso perverso de la sociedad contemporánea                      | 6                       | 0         |
| 5                                                                                      | El acto ético como respuesta al verdadero sentido de la mercadotecnia | 8                       | 0         |
| 6                                                                                      | La libertad                                                           | 8                       | 0         |
| 7                                                                                      | La responsabilidad frente al fenómeno de la mercadotecnia             | 11                      | 0         |
| 8                                                                                      | Los valores que deben invertirse en el quehacer de la mercadotecnia   | 11                      | 0         |
| <b>Total</b>                                                                           |                                                                       | <b>64</b>               | <b>0</b>  |
| <b>Suma total de horas</b>                                                             |                                                                       | <b>64</b>               |           |

| Estrategias didácticas                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Evaluación del aprendizaje |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-----|
| Exposición                                                                            | (X)                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Exámenes parciales         | (X) |
| Trabajo en equipo                                                                     | (X)                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Examen final               | (X) |
| Lecturas                                                                              | (X)                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Trabajos y tareas          | (X) |
| Trabajo de investigación                                                              | (X)                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Presentación de tema       | (X) |
| Prácticas (taller o laboratorio)                                                      | ( )                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Participación en clase     | (X) |
| Prácticas de campo                                                                    | ( )                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Asistencia                 | (X) |
| Aprendizaje por proyectos                                                             | ( )                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Rúbricas                   | ( ) |
| Aprendizaje basado en problemas                                                       | (X)                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Portafolios                | ( ) |
| Casos de enseñanza                                                                    | (X)                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Listas de cotejo           | ( ) |
| Otras (especificar)                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Otras (especificar)        |     |
|                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                            |     |
|                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                            |     |
| Perfil profesiográfico                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                            |     |
| Título o grado                                                                        | Licenciatura en Administración, Mercadotecnia, o áreas afines, Maestría en Mercadotecnia, o Administración.                                                                                                                                                                                                       |                            |     |
| Experiencia docente                                                                   | Dos años en mercadotecnia o área afín, en organizaciones públicas, privadas o del sector social.<br>Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el "Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)" que imparte la Facultad de Contaduría y Administración. |                            |     |
| Otra característica                                                                   | Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.                                                                                                                                                                                               |                            |     |
| Bibliografía básica:                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                            |     |
| 1. Aguilar, A. (2001). <i>Elementos de la Mercadotecnia</i> . 29ª ed., México: CECSA. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                            |     |

2. Colegio Nacional de Licenciados en Administración. (2015). *Código de Ética del Licenciado en Administración*. México: Ediciones Contables, Administrativas y Fiscales.
3. Gutiérrez, S. (2004). *Introducción a la Ética*. 6ª ed., México: Esfinge.

**Bibliografía complementaria:**

1. Czinkota M. y M. Kotable. (2001). *Administración de Mercadotecnia*. (2ª ed.), México: Thomson.
2. Fernández, R. (2002). *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: Thomson.
3. Fischer L. y J. Espejo. (2004). *Mercadotecnia*. 3ª ed., México: McGraw Hill.
4. Kerin, R., E. Berkowitz, S. Hartley y W. Rudelius. (2003). *Marketing*. 7ª ed. México: McGraw Hill.
5. Kotler, P. (2012). *Dirección de Marketing (La edición del milenio)*. 14ª ed., México: Pearson Prentice Hall.
6. Kotler, P. y G. Armstrong. (2013). *Fundamentos de Marketing*. 11ª ed., México: Pearson Prentice Hall.
7. Kotler, P. y G. Armstrong. (2012). *Marketing*. 14ª ed., México: Pearson Prentice Hall.
8. Lamb, C., J. Hair y C. MC Daniel. (2002). *Marketing*. 6ª ed., México: Thomson.
9. McCarthy, J. y W. Perreault. (2001). *Marketing, Un Enfoque Global*. 13ª ed., México: McGraw Hill.
10. Sandhusen R. (2002). *Mercadotecnia*. México: CECOSA.
11. Stanton, W., M. Etzel y W. Bruce. (2003). *Fundamentos de Marketing*. 13ª ed., México: McGraw Hill.