



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN  
 PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN  
 Sistema Escolarizado: Modalidad Presencial  
 Programa de Estudios de la asignatura



**Plan de mercadotecnia**

<b>Clave</b> 2536	<b>Semestre</b> 5°	<b>Créditos</b> 8	<b>Campo de conocimiento:</b> Mercadotecnia		
			<b>Eje de formación:</b> Integración		
<b>Modalidad</b>	<b>Curso ( X ) Taller ( ) Lab ( )</b>		<b>Tipo</b>	<b>T ( X ) P ( ) T/P ( )</b>	
	<b>Seminario ( ) Otros ( )</b>				
<b>Carácter</b>	<b>Obligatorio ( X ) Optativo ( )</b>		<b>Horas</b>		
	<b>Obligatorio E ( ) Optativo E ( )</b>				
<b>Duración</b> (Número de semanas)	16		<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>	
			<b>Teóricas: 4</b>	<b>Teóricas: 64</b>	
			<b>Prácticas: 0</b>	<b>Prácticas: 0</b>	
			<b>Total: 4</b>	<b>Total: 64</b>	

**Seriación**

Ninguna ( )

Obligatoria ( )

**Asignatura antecedente**

**Asignatura subsecuente**

**Indicativa ( X )**

**Asignatura antecedente**

Fundamentos de mercadotecnia y Sistemas de información de mercadotecnia

**Asignatura subsecuente**

Técnicas de negociación empresarial

**Objetivo general:**

Al finalizar el curso, el alumnado desarrollará un plan de mercadotecnia comercial para las organizaciones de diferente tipo.

**Objetivos particulares:**

Al finalizar la unidad, el alumnado:

1. Conocerá los conceptos básicos de la planeación estratégica.
2. Estudiará cómo elaborar un modelo de negocio de mercadotecnia.
3. Distinguirá los diferentes modelos del plan de mercadotecnia.
4. Reconocerá el entorno en el que está envuelto el plan de mercadotecnia.
5. Comprenderá el uso de paquetes informáticos para crear presupuestos y pronósticos.
6. Elaborará un plan de producto.
7. Elaborará un plan de precios.
8. Elaborará un plan de distribución.
9. Elaborará un plan de promoción de ventas.
10. Elaborará un plan de publicidad.
11. Elaborará un plan de ventas.
12. Elaborará un plan de relaciones públicas.

<b>Índice temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas Semestre</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
<b>1.</b>	Conceptos básicos de Planeación Estratégica	4	0
<b>2.</b>	Modelo de Negocio	4	0
<b>3.</b>	Plan de Mercadotecnia	6	0
<b>4.</b>	Entorno del Plan de Mercadotecnia	4	0
<b>5.</b>	Pronósticos y Presupuestos	6	0
<b>6.</b>	Plan de Producto	6	0
<b>7.</b>	Plan de Precios	6	0
<b>8.</b>	Plan de Distribución	4	0
<b>9.</b>	Plan de Promoción de Ventas	6	0
<b>10.</b>	Plan de Publicidad	6	0
<b>11.</b>	Plan de Ventas	6	0
<b>12.</b>	Plan de Relaciones Públicas	6	0
<b>Total</b>		<b>64</b>	

<b>Estrategias didácticas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Exposición</li> <li>◦ Trabajo en equipo</li> <li>◦ Lecturas</li> <li>◦ Trabajo de investigación</li> <li>◦ Aprendizaje basado en problemas</li> <li>◦ Casos de enseñanza</li> </ul>

<b>Evaluación del aprendizaje</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Exámenes parciales</li> <li>◦ Examen final</li> <li>◦ Trabajos y tareas</li> <li>◦ Presentación de tema</li> <li>◦ Participación en clase</li> </ul>

<b>Perfil profesiográfico del docente</b>	
<b>Título o grado</b>	Licenciatura en Administración, Mercadotecnia o áreas afines, preferentemente con estudios de posgrado. Especialidad en Mercadotecnia o Alta Dirección, Maestría en Administración o Mercadotecnia.
<b>Experiencia docente</b>	Dos años en mercadotecnia o área afín, en organizaciones públicas, privadas o del sector social.
<b>Otras características</b>	<p>Experiencia profesional de tres años relacionada con la asignatura de este programa.</p> <p>Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.</p> <p>Para profesores(as) de nuevo ingreso:</p> <p>Haber aprobado el “Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)” que imparte la Facultad de Contaduría y Administración, así como cubrir satisfactoriamente los requisitos impuestos por el departamento de selección y reclutamiento de la Facultad de Contaduría y Administración.</p> <p>Para profesores(as) que ya imparten clases en la Facultad:</p> <p>Haber participado recientemente en cursos de actualización docente y de actualización disciplinar con un mínimo de 20 horas.</p>

<b>Bibliografía básica</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Academia de Mercadotecnia. (2015). <i>Plan de Mercadotecnia</i>. México: FCA Publishing UNAM.</li> <li>◦ David, F. (2017). <i>Conceptos de Administración Estratégica</i>. 15ª ed., México: Pearson Educación.</li> <li>◦ Fernández, R. (2007). <i>Manual para elaborar un plan de mercadotecnia</i>. México: McGrawHill.</li> <li>◦ Ferrell, O., M. Hartline y G. Lucas. (2018). <i>Estrategia de Marketing</i>. 6ª ed., México: CENGAGE.</li> <li>◦ Godin, S. (2019). <i>Esto es Marketing</i>. España: Paidós.</li> <li>◦ Iacobucci, D. (2020). <i>Dirección de Marketing</i>. México: CENGAGE.</li> <li>◦ Kotler, P. y K. Keller. (2016). <i>Dirección de Mercadotecnia</i>. 15ª ed., México: Pearson Educación.</li> <li>◦ Lamb, C., J. Hair y C. McDaniel. (2019). <i>MKTG</i>. 8ª ed., México: CENGAGE.</li> <li>◦ Linton, I. (2014). <i>Tips efectivos para sus planes de mercadotecnia</i>. México: Trillas.</li> <li>◦ Rivera, J. (2012). <i>Dirección de Marketing: Fundamento y aplicaciones</i>. 2ª ed., México: Alfaomega.</li> <li>◦ Sainz, J. (2018). <i>El Plan de Marketing en la práctica</i>. 22ª ed., México: ESIC Editorial.</li> </ul>

### **Bibliografía complementaria**

- Ávila, O. (2007). *Sistema Integral de Ventas*. México: Express de Impresión.
- Fischer, L. y J. Espejo. (2015). *Mercadotecnia*. 5ª ed., México: McGrawHill.
- Hernández, C. y C. Maubert. (2009). *Fundamentos de Marketing*. México: Edit. Pearson.
- Kerin, R. (2018). *Marketing*. 13ª ed., México: McGraw-Hill.
  - Kotler, P. y G. Armstrong. (2016). *Marketing*. 16ª ed., México: Pearson Educación.
  - Lane, K. (2008). *Administración Estratégica de Marca*. 3ª ed., México: Pesaron.
  - Stanton, W., M. Etzel y W. Bruce. (2007). *Fundamentos de Marketing*. 14ª ed., México: McGraw-Hill.
  - Valdés, L. (2008). *Planeación estratégica con enfoque sistémico*. México: FCA Publishing.