



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Licenciatura en Ciencia de los Alimentos

1. Datos de identificación del curso

Denominación: Mercadotecnia	Tipo: Curso-Taller	Nivel: Licenciatura
Área de formación: Básica Común	Modalidad: Mixta En línea Presencial X	
Horas de trabajo del alumno: T= 40 P= 50, HT= 90	Total de créditos: 8	Clave del curso: IH216
Nombre del profesor que Elaboró: Dra. Mónica Araceli Reyes Rodríguez y Mtro. Emmanuel Rodrigo Marin Orozco		Fecha de actualización: Septiembre 2017

2. Términos de referencia¹

Adquirir los conocimientos básicos de la mercadotecnia que permitan identificar, analizar y evaluar los componentes de un plan de mercadotecnia, concluyendo si dicho plan resulta viable para la empresa y el mercado o es necesario proponer acciones correctivas para mejorar la estrategia.

3. Descripción

Descripción del curso²

Al término de este curso el alumno determinará las estrategias mercadológicas que le permiten orientar a una empresa sobre la mezcla de la mercadotecnia que resulte efectiva para la comercialización de los productos.

Temas generales³

1. Introducción a los fundamentos de la mercadotecnia
2. Segmentación de mercados
3. Conceptos y estrategias del producto
4. Conceptos y estrategias del precio
5. Conceptos y estrategias de distribución
6. Conceptos y estrategias de promoción
7. Planeación estratégica para la ventaja competitiva

Recursos de Evaluación

Instrumentos/productos	Ponderación
Participación	30%
Exposiciones	20%
Casos prácticos	30%
Actividades	20%
Total	100%

¹ Los términos de referencia son la carta de navegación del curso. Respetando el principio de libertad de cátedra, se definen grandes orientaciones de cada curso que cualquier profesor debe tener en cuenta, independientemente de los métodos o didácticas de aprendizaje que elija. Teniendo en cuenta que la intención formativa fundamental es que el egresado se alfabetice desde su profesión para aprender permanentemente, en los términos de referencia se establecerá la aportación de este curso a esa gran finalidad. Cada curso posee un contexto particular que debe referirse, así como las habilidades y saberes que se espera que el alumno desarrolle durante el curso.

² Dirigido a motivar a los estudiantes a tomar el curso. Explicar lo que el estudiante debe esperar de este curso.

³ Contenidos orientadores; su propósito es situar a los profesores acerca de los alcances científicos o humanistas del curso.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Licenciatura en Ciencia de los Alimentos

4. Bibliografía y recursos de aprendizaje

Autor(es)	Título	Editorial	Año	URL o biblioteca digital donde está disponible (en su caso)
Fischer, L & Espejo, J	Mercadotecnia	Mc Graw Hill	2011	Acervo bibliográfico CUCBA 658.8 FIS
Kerin, Hartley & Rudelius (9ª edición)	Marketing	Mc Graw Hill	2008	http://www.url.edu.gt/PortalURL/Biblioteca/Contenido.aspx?o=6430&s=49
Stanton, W. (14ª edición)	Fundamentos del marketing	Mc Graw Hill	1992	Acervo bibliográfico CUCBA 658.8 STA