

FICHA ACADÉMICA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA:

Plan de Mercadeo I**A) Generalidades**

No. De Orden: 36	Código: 020258	Duración del ciclo: 17 semanas.
Prerrequisito: 32	Ciclo Académico: IX	Duración de hora clase: 50 minutos.
Área: Mercadeo.	UV: 5	No. Horas por ciclo: 102
Carácter: Obligatoria.	Horas teóricas semanales: 5	Horas prácticas semanales: 1

B) Descripción :

Se centra en el desarrollo de un caso práctico en el cual los estudiantes puedan poner en práctica, todos los conocimientos aprendidos para poder desarrollar un plan de marketing con aplicación a una empresa o producto de nuestro país.

C) Objetivo General:

Proporcionar los conceptos y las herramientas que permitan desarrollar y aplicar el proceso de planificación de marketing en una secuencia lógica para poder aplicarla a un caso práctico el análisis; para así evaluar la situación así como determinar la medición de la demanda.

D) Contenido de la asignatura:**1. Introducción a la Planificación en Mercadeo**

- 1.1. Importancia
- 1.2. Tipos de planes
- 1.3. El proceso de planeación del Mercadeo

2. Análisis de Situación

- 2.1. Análisis del Entorno
- 2.2. Análisis de la Competencia (Comparativo)
- 2.3. Análisis Competitivo
- 2.4. Análisis FODA.
- 2.5. Comportamiento e Identificación del Mercado

E) Estrategia metodológica:

Clases magistrales	80%
Laboratorios de informática	-
Discusiones con instructores	5%
Trabajos ex aula, individuales y/o de grupos	10%
Controles de lectura	5%

F) Bibliografía

- Burk Wood, Miriam. El plan de Marketing. 1^a edición. Editorial Pearson
- Walter, Boyd, Mullins y Larreché. Marketing estratégico, 4^a edición. Editorial McGraw-Hill
- Py, Pascal. Metodos y trucos para diseñar y dirigir un plan commercial. Editorial Gestión 2000.