



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

UNIVERSIDAD DE SONORA

UNIDAD REGIONAL CENTRO
División de Ciencias Económicas y Administrativas
Departamento de Administración
Licenciatura en Administración



PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MERCADOTECNIA

UNIDAD: Regional Centro	EJE DE FORMACIÓN: Especializante
DIVISIÓN: De Ciencias Económicas y Administrativas	HORAS: 64
DEPARTAMENTO: De Administración	REQUISITO (S): 261 CRÉDITOS
MATERIA: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MERCADOTECNIA	ESPACIO EDUCATIVO: Obligatoria Acentuación de Mercadotecnia
CLAVE: 8709	MODALIDAD: Seminario
CRÉDITOS: 5	HORAS CLASE POR SEMANA: 4
PROGRAMA: Licenciatura en Administración	TEORÍA: 1 PRÁCTICA: 3
	Depto. Que Ofrece el Servicio: Administración

OBJETIVO GENERAL DE LA MATERIA

Desarrollar las habilidades gerenciales para realizar planeación estratégica en mercadotecnia.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

1. El estudiante recordará los fundamentos estratégicos del plan y explicará porque es necesario.
2. Aplicará a través de una práctica la recopilación y análisis de la información sobre el producto y la compañía.
3. Evaluará la a la competencia y en base a esta determinará las estrategias y planes de acción.

CONTENIDO SINTÉTICO

1. Fundamentos de la mercadotecnia estratégica
2. La valuación de la corporación y análisis estratégico del mercado
3. Análisis de la competencia y los competidores
4. El enfoque al cliente
5. Caso práctico.



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

UNIVERSIDAD DE SONORA

UNIDAD REGIONAL CENTRO

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Departamento de Administración

Licenciatura en Administración



ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA

- Resúmenes
- Ilustraciones
- Analogías
- Mapas conceptuales y redes semánticas
- Evaluaciones

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Investigación y análisis de temas selectos
- Investigación bibliográfica de conceptos
- Discusiones de grupo
- Solución de problemas teórico – reales
- Búsqueda de información adicional a cada uno de los temas, utilizando las nuevas tecnologías de comunicación e informática.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Porcentualmente la calificación se obtendrá de la siguiente manera:

La suma de las calificaciones de 3 exámenes parciales (15% c/u).....	45%
Presentación de trabajos	40%
Participación en discusiones grupales	15%
Total	100%



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

UNIVERSIDAD DE SONORA

UNIDAD REGIONAL CENTRO

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Departamento de Administración

Licenciatura en Administración



PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE

- Licenciado en Administración, Licenciado en Mercadotecnia, con experiencia en el área de mercadotecnia, o bien con especialidad en planeación estratégica.
- Con grado de maestría preferentemente
- Experiencia comprobada en el área de mercadotecnia o planeación estratégica en las empresas, en posiciones ejecutivas y/o Consultoría en Mercadotecnia y/o planeación estratégica.
- Mostrar interés por la enseñanza
- Experiencia mínima en docencia de tres años.
- Manejo tecnología de vanguardia

BIBLIOGRAFIA BASICA

1. WESTWOOD, John, Planeación de Mercados, Análisis, Evaluación y Estrategias, LEGIS, Fondo Editorial. 1991
2. STANTON William J./ETZEL Michael J./WALKER Bruce S. Fundamentos de Marketing. 10a. edición.1980
3. FERNANDEZ VALIÑAS Ricardo. Manual para elaborar un plan de Mercadotecnia. Editorial Thomson Learning. 2001