



"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



TALLER DE TÉCNICAS DE COMERCIALIZACIÓN

UNIDAD: Regional Centro	EJE DE FORMACIÓN: Especializante
DIVISIÓN: De Ciencias Económicas y Administrativas	HORAS: 64
DEPARTAMENTO: De Administración	REQUISITO (S): 261 CRÉDITOS
MATERIA: TALLER DE TÉCNICAS DE COMERCIALIZACIÓN	ESPACIO EDUCATIVO: Optativa Acentuación en Mercadotecnia
CLAVE: 8719	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

Identificar y definir los conceptos fundamentales de la distribución comercial de productos y bienes, así como explicar y desarrollar estrategias para que un productor haga llegar sus productos al consumidor, asimismo establecer recomendaciones útiles y prácticas en función de las distintas situaciones y de productos comercializados. De la misma manera podrá estar en condiciones de analizar las formas de comercio asociado e integrado, su origen, evolución, contenido, posibilidades, ventajas e inconvenientes y ventajas e inconvenientes desde el punto de vista de los participantes en el canal, y reconocer las funciones de distribución desde la perspectiva de las empresas en función de: compras, almacenaje, existencia y transporte.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

1. El estudiante aplicará la logística de distribución en la simulación de un producto.
2. Analizará los distintos canales de distribución que pueden utilizarse en mercadotecnia.
3. Calculará los costos de utilizar un canal de comercialización y evaluará su resultado.



"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



CONTENIDO SINTÉTICO

1. Intermediarios y canales de distribución
2. Estrategias de distribución
3. Sistema comercial
4. El comercio asociado: La franquicia
5. Funciones de distribución
6. Dirección de los canales de marketing
7. Las políticas y posibles limitaciones legales
8. Los Sistemas informáticos y la gestión de los canales de comercialización
9. Los canales internacionales de marketing

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA

- Resúmenes
- Ilustraciones
- Analogías
- Mapas conceptuales y redes semánticas
- Evaluaciones
- Solución de casos prácticos
- Simulación

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 comercialización
- Con grado de maestría preferentemente
- Experiencia comprobada en supervisión en las empresas, en posiciones ejecutivas y/o Consultoría en el área de comercialización
- Mostrar interés por la enseñanza
- Experiencia mínima en docencia de tres años.
- Manejo tecnología de vanguardia

BIBLIOGRAFIA BASICA

1. JEFKINS Frank W. Comercialización actual. Editorial Thornton
2. GARRIDO J. Cómo vender más en su tienda. Editorial Gestión 2000