



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Contaduría y Administración



Plan de estudios de la Licenciatura en Administración

L'ORÉAL – UNAM FCA

“Desarrollo de Clientes y Categorías”

Clave 558	Semestre 6°-8°	Créditos 8	Área de conocimiento	Mercadotecnia			
			Ciclo	Área de desarrollo temprano			
Modalidad	Curso ( X ) Taller ( ) Lab ( ) Sem ( )			Tipo	T ( X ) P ( ) T/P ( )		
Carácter	Obligatorio ( )			Horas			
	Optativo de Elección (X)		Complementario ( ) Profesionalizante (X)	Semana		Semestre	
				Teóricas	4	Teóricas	64
				Prácticas	0	Prácticas	0
				Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ( )	
Asignatura antecedente	Ninguna
Asignatura subsecuente	Ninguna
Indicativa ( )	
Asignatura antecedente	Ninguna
Asignatura subsecuente	Ninguna

**Objetivo general:** Al finalizar el curso el alumno conocerá el plan, desarrollo y manejo de las categorías de productos, la forma de comercialización y su relación con los clientes.

**Objetivos específicos:** El alumno:

1. Analizará los canales de distribución, como cuantificarlos y las nuevas tendencias en ellos.
2. Conocerá las principales características y objetivos del canal moderno de distribución.
3. Comprenderá los tipos de ventas y la negociación.
4. Analizará los diferentes tipos de finanzas que afectan la distribución.
5. Desarrollará y comprenderá las categorías de clientes y las métricas correspondientes.

6. Conocerá la mercadotecnia comercial, sus objetivos y ejecución en el punto de venta. 7. Conocerá diferentes estrategias de distribución y la medición de desempeño vs competencia. 8. Analizará la operación en el punto venta. 9. Comprenderá la definición, construcción, presentación y venta del JBP.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre / Año	
		Teóricas	Prácticas
1	Mercado de consumo	8	0
2	Canal Moderno	6	0
3	Proceso de ventas y negociación	8	0
4	Finanzas en la distribución	8	0
5	Desarrollo de categorías	6	0
6	Mercadotecnia comercial (Trade marketing) y manejo de categoría (Category management)	8	0
7	Análisis de la competencia en la distribución	8	0
8	Comercialización en puntos de venta	4	0
9	Plan Conjunto de Negocios (Joint Business Plan)	8	0
Total		64	0
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	( )	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Administración, Mercadotecnia, Finanzas, Contaduría. Es deseable contar con estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Experiencia mínima de 3 años.		
Otra característica			
<b>Bibliografía básica:</b>			
Hopkins T. (2010), <i>Vender en tiempos difíciles</i> , Ediciones Urano.			
Paz H. <i>Canales de distribución. Gestión Comercial y Logística</i> , Ugerman editor.			
Labajo V. <i>Trademarketing: La gestión eficiente de las relaciones entre el fabricante y distribuidor</i> , Editorial Pirámide.			

Jeffrey G. (2004), *Little Red Book of Selling: 12.5 Principles of Sales Greatness*.  
Mark R. (2015), *The Sales Acceleration Formula: Using Data, Technology, and Inbound Selling to go from \$0 to \$100 Million*.

**Bibliografía complementaria:**

Covey S. (1991), *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*, Editorial Paidós Mexicana, S.A.  
Mandino O. (2007), *El vendedor más grande del mundo*, Editorial Planeta.  
Tracy B. (2007), *El arte de cerrar la venta*, Thomas Nelson, Inc.  
Tracy B. (1997), *Estrategias eficaces en la ventas*, Ediciones Paidós Ibérica, S.A.