

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
INGENIERÍA DE EJECUCIÓN EN GESTION INDUSTRIAL

Sigla Asignatura: MYC000	Sigla Carrera: PIEGI	Hr. Teóricas semana:	4
Asignatura: MARKETING Y COMERCIALIZACION		Hr. Prácticas semana:	0
Requisito(s):		Hr. Total semana:	4
OBJETIVOS(s): Al aprobar la asignatura, el alumno será capaz de:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocer los alcances de marketing y sus efectos en la gestión de la empresa como, a su vez, los elementos y técnicas que inciden en la comercialización. 			
CONTENIDOS:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción. 2. El marketing en la empresa. 3. La investigación comercial y las decisiones empresariales, análisis de oportunidades. 4. Plan Marketing, organización y control de marketing. 5. Marketing estratégico, técnicas de marketing. 6. Diagnóstico de posicionamiento frente al mercado. 7. Organización comercial y dirección de ventas. 8. Técnicas de comercialización. 9. Vendedor/cliente. 10. Exportación. 			
METODOLOGÍA DE TRABAJO:			
Clases expositivas.			
EVALUACION:			
Certámenes.			
BIBLIOGRAFIA:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Braidot, Néstor P. "Marketing Total". Edit. Ediciones Macchi, 1994. 2. Porter, Michael E. "Estrategia Competitiva". Edit. I Mc Graw – Hill, 2000. 3. Kothler, Philip. "Dirección de marketing: Conceptos esenciales". Edit. Pearson Educación, 2002. 4. Kothler, Philip, "Dirección de marketing: La edición del milenio". Edit. Pearson Ecuación, 2001. 			
Elaborado por: Manuel Jélvez Caamaño – Dagoberto Cabrera Tapia			
Aprobado por: Consejo Normativo de Sedes, 21 de Abril de 2005			
Actualizado por:			
Observaciones:			