Universidad Autónoma de Baja California
Facultad de Ingeniería
Coordinación de Ingeniería en Computación

Materia Mercadotecnia **Etapa** Disciplinaria 1

Área de conocimiento Ciencias Sociales y Humanidades 1

Competencia:

Identificar y explicar estrategias de comercialización, considerando las variables de Mercadotecnia en la región, país y políticas de Comercio Exterior.

Evidencia del Desempeño:

Realizar un estudio de mercado para una microempresa que comercialice un producto que incluya el plan de ventas y de mercadotecnia.

	Carga Académica						
Clave	**HC**	**HL**	**HT**	**HPC**	**HE**	**CR**	**Requisito**
	1		2		1	4	

Contenido Temático:

1. Conceptos Básicos
2. Administración de la Mercadotecnia
3. Los Mercados
4. Los Productos
5. Precio

Bibliografía:

- Ricardo Fernández Valinas *Fundamentos de Mercadotecnia* International Thomson Editores 2004
- Fischer *Mercadotecnia* Mc Graw Hill 2003
- Fernández *Manual para elaborar un plan de mercadotecnia* McGraw Hill 2007
- Griffin, Ricky *Negocios* Ed. Prentice Hall
- Stanton, W. *Fundamentos de Marketing* Ed. McGraw Hill
- Kinnear, Thomas y Taylor "*Investigación de Mercados; Un enfoque Aplicado*" Ed. McGraw Hill
- Kotler, Phillip *Dirección de Mercadotecnia* Ed. Prentice Hall