Administración de Mercadotecnia. Semestre a- 2010

Profesora: María Virginia Baptista

[maria.baptista@ula.ve](mailto:maria.baptista@ula.ve)

|  |  |
| --- | --- |
| Clases | Temas |
| 1 | Presentación |
| 2 | Fundamentos ideológicos del marketing |
| 3 | Dirección estratégica del marketing |
| 4 | Orientación al mercado |
| 5 | Planeación estratégica |
| 6 | Planeación estratégica |
| 7 | Planeación estratégica |
| 8 | Plan de marketing |
| 9 | I PARCIAL |
| 10 | Análisis del mercado. Mercado Relevante |
| 11 | Análisis del mercado. Mercado Relevante |
| 12 | Análisis del mercado. Demanda Primaria y Selectiva |
| 13 | Análisis del mercado. Demanda Primaria y Selectiva |
| 14 | Análisis del mercado. Análisis de la competencia |
| 15 | Segmentación y mercado objetivo |
| 16 | Medición del mercado |
| 17 | Medición del mercado |
| 18 | Medición del mercado |
| 19 | II PARCIAL |
| 20 | Estrategias de marketing |
| 21 | Estrategias de marketing |
| 22 | Estrategias de desarrollo de Producto |
| 23 | Estrategias de desarrollo de Producto |
| 24 | Estrategias de Precios |
| 25 | Estrategias de Precios |
| 26 | Estrategias de Promoción |
| 27 | Estrategias de Promoción |
| 28 | Estrategias de Distribución |
| 29 | Estrategias de Distribución |
| 30 | III PARCIAL |
| 31 | Mercadeo en Venezuela |

Plan de evaluación:

Parciales (3): 30%

Galerías y exposiciones de trabajos grupales: 20%

Trabajo de campo: 25%

Casos de estudio teórico prácticos: 15%

Intervenciones: 10%

Bibliografía sugerida:

* Walter. Boyd. Mullins. Marketing Estratégico. Cuarta Edición. Mc Graw Hill.
* Joseph Guiltinan. Gerencia de Marketing. Sexta edición. Mc Graw Hill.
* Philip Kotler. Dirección de Marketing. Décima Edición. (La edición del milenio) Prentice Hall.
* Jean Jack Lambin. Marketing Estratégico. Tercera edición. Mc Graw Hill.
* Fred David. Administración Estratégica. Mc Graw Hill.