

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

Contenido teórico

Actividades (7 puntos)

	Contenido teórico	Actividades (7 puntos)
Semana 1 06/03/2017 a 10/03/2017	Semana de introducción a la asignatura	
Semana 2 13/03/2017 a 17/03/2017	Tema 1. Introducción a la mercadotecnia 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Conceptualización básica de la mercadotecnia 1.3. Concepto de mercadotecnia	Esquema conceptual. Mercadotecnia: el inicio. (1 punto)
Semana 3 21/03/2017 a 24/03/2017	Tema 1. Introducción a la mercadotecnia (continuación) 1.4. Evolución del concepto de mercadotecnia 1.5. Dirección de mercadotecnia 1.6. Concepto de producción	
Semana 4 27/03/2017 a 31/03/2017	Tema 1. Introducción a la mercadotecnia (continuación) 1.7. Concepto de producto 1.8. Concepto de venta 1.9. Concepto de mercadotecnia social	
Semana 5 03/04/2017 a 07/04/2017	Tema 2. La administración del sistema de mercadotecnia de la compañía. 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Definición del sistema de mercadotecnia 2.3. Proceso del sistema de mercadotecnia	Ensayo: macroentorno y microentorno de una organización. (1 punto)
Semana 6 17/04/2017 a 21/04/2017	Tema 2. La administración del sistema de mercadotecnia de la compañía (continuación). 2.4. Macroambiente externo 2.5. Microambiente externo 2.6. Ambiente interno	
Semana 7 24/04/2017 a 28/04/2017	Tema 3. La conducta del consumidor. 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Definición del comportamiento del consumidor 3.3. La historia de la investigación del consumidor	Foro de debate: ¿Ética? Cómo convencer a mi consumidor (2 puntos)
Semana 8 02/05/2017 a 05/05/2017	Tema 3. La conducta del consumidor (continuación). 3.4. El proceso de la investigación del consumidor 3.5. Influencias psicológicas en el comportamiento de compra 3.6. Influencias sociales y culturales en el comportamiento de compra	

<p>Semana 9 08/05/2017 a 12/05/2017</p>	<p>Tema 4. El proceso de mercadotecnia 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Definición del proceso de mercadotecnia 4.3. Análisis de las ofertas de mercado 4.4. Investigación de mercados 4.5. Seguimiento y subseguimiento de mercados</p>	
<p>Semana 10 16/05/2017 a 19/05/2017</p>	<p>Tema 4. El proceso de mercadotecnia (continuación). 4.6 Posicionamiento competitivo 4.7. Mezcla de mercadotecnia 4.8. Creación del sistema de gerencia de mercadotecnia 4.9. Planeación, organización, información y control</p>	
<p>Semana 11 22/05/2017 a 26/05/2017</p>	<p>Semana de repaso</p>	
<p>Semana 12 29/05/2017 a 02/06/2017</p>	<p>Tema 5. Planeación estratégica de la mercadotecnia 5.1 ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Misión de la empresa 5.3. Objetivos organizacionales</p>	<p>Reporte de lectura: Misión, visión y objetivos. (1 punto)</p>
<p>Semana 13 05/06/2017 a 09/06/2017</p>	<p>Tema 5. Planeación estratégica de la mercadotecnia (continuación). 5.4. Estrategias de mercadotecnia 5.5. Posicionamiento del producto o servicio 5.6. Campaña de posicionamiento</p>	
<p>Semana 14 12/06/2017 a 16/06/2017</p>	<p>Tema 6. La estrategia del producto 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Conceptos y clasificación de productos 6.3. Decisiones sobre mezcla de productos 6.4. Decisiones sobre líneas de productos 6.5. Marca, etiqueta y empaque</p>	<p>Ensayo: producto y precio. (2 puntos)</p>
<p>Semana 15 19/06/2017 a 23/06/2017</p>	<p>Tema 6. La estrategia del producto (continuación). 6.6. Servicio al cliente 6.7. La estrategia del precio: definición y clasificación. 6.8. Decisiones para la fijación de precios 6.9. Reacciones de los compradores a las variaciones en precio 6.10. Elasticidad de la demanda</p>	
<p>Semana 16 26/06/2017 a 30/06/2017</p>	<p>Semana de repaso</p>	
<p>Semana 17 03/07/2017 a 07/07/2017</p>	<p>Semana de exámenes</p>	

Nota: Los siguientes días se consideran **periodos de repaso**:

- Del 10 de abril al 16 de abril.