



Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de Contaduría y Administración  
Plan de Estudios de la Licenciatura en Contaduría  
Programa de la Asignatura



**Diagnóstico de Mercados**

Clave:	Semestre: 2°	Área o campo de conocimiento: Administración		No. Créditos: 8
Carácter: Obligatoria		Horas	Horas por semana	Horas al semestre
Tipo: Teórica		Teoría:	Práctica:	64
		4	0	
Modalidad: Curso		Duración del programa: Semestral		

Seriación: Si ( ) No ( X ) Obligatoria ( ) indicativa ( )

Asignatura con seriación antecedente: Ninguna

Asignatura con seriación subsecuente: Ninguna

**Objetivo General:**

El alumno analizará cada uno de los elementos que afectan de forma global y específica los factores que influyen en la toma de decisiones en los mercados.

**Índice Temático**

Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Mezcla de la mercadotecnia	10	0
2	Estrategias de mercadotecnia	8	0
3	Creación de producto	8	0
4	Investigaciones cualitativas	6	0
5	Investigaciones cuantitativas	6	0
6	Publicidad ATL y BTL	6	0
7	Mercadotecnia en internet	4	0
8	Conducta del consumidor	8	0
9	Posicionamiento	8	0
<b>Total de horas:</b>		64	0
<b>Suma total de horas:</b>		64	



#### Bibliografía básica:

1. CZINKOTA Michael R, KOTABLE Masaki. *Administración de Mercadotecnia*, México: Thomson, 2ª Edición, 2001, 599pp.
2. FERNÁNDEZ Valiñas Ricardo. *Fundamentos de Mercadotecnia*, México: Thomson, 2002, 336 pp.
3. FISCHER Laura, ESPEJO Jorge. *Mercadotecnia*, México: Mc Graw Hill, 3ª Edición, 2004, 540 pp.
4. KERIN A. Roger, BERKOWITZ N. Eric, HARTLEY W. Steven, RUDELIUS William. *Marketing*, México: Mc Graw Hill, 7ª Edición, 2003, 857 pp.
5. KOTLER Philip. *-Dirección de Marketing (La edición del milenio)*, México: Pearson Prentice Hall, 10ª Edición, 2001, 718 pp.
6. KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary. *Fundamentos de Marketing*, México: Pearson Prentice Hall, 6ª Edición, 2003, 589 pp.
7. KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary. *Marketing*, México: Pearson. Prentice Hall, 8ª Edición, 2001, 691 pp.
8. LAMB W. Charles, HAIR F. Joseph, MC DANIEL Carl. *Marketing*, México: Thomson, 6ª Edición, 2002, 751 pp.
9. MC CARTHY Jerome, PERREAUULT William. *Marketing, Un Enfoque Global*, México: Mc Graw Hill, 13ª Edición, 2001, 797 pp.
10. SANDHUSEN Richard L. *Mercadotecnia*, México: CECSA, 2002, 660 pp.
11. STANTON William, ETZEL Michael, BRUCE J. Walker. *Fundamentos de Marketing*, México: Mc Graw Hill, 13ª Edición, 2003, 764 pp.

#### Bibliografía complementaria:

1. FERNÁNDEZ Valiñas Ricardo URDIAN Farcug Rodolfo. *Publicidad, un Enfoque Latinoamericano*, México: Thomson, 2004, 179 pp.
2. HARTLEY Robert F. *Administración de ventas*, México: CECSA, 2004, 527pp.
3. JOHNSTON Mark W. MARSHALL Greg W. *Administración de Ventas*, México: Mc Graw Hill, 7ª Edición, 2004, 659 pp.
4. LERMA Krichner Alejandro Eugenio. *Guía para el desarrollo de productos*, México: Thomson, 3ª Edición, 2004, 230 pp.
5. MERCADO H. Salvador. *Administración de Ventas*, México: Thomson, 2002, 354 pp.
6. O´GUINN Thomas C. ALLEN Chris T. SEMENIK J. Richard. *Publicidad y Comunicación Integral de Marca*, México: Thomson, 3ª Edición, 2004, 757 pp.
7. TON Lou E, STRUTTON David, Lumpkin James. *Canales de Marketing y Distribución comercial*, México: McGraw-Hill, 2000, 542 pp.
8. RUSSELL J. Thomas, LANE W. Ronald. *Kleppner Publicidad*, México: Pearson Prentice Hall, 10ª Edición, 2001, 716 pp.



Sugerencias didácticas:		Mecanismos de evaluación del aprendizaje de los alumnos:	
Exposición oral	( x )	Exámenes parciales	( x )
Exposición audiovisual	( x )	Examen final escrito	( x )
Ejercicios dentro de clase	( x )	Trabajos y tareas fuera del aula	( x )
Ejercicios fuera del aula	( x )	Exposición de seminarios por los alumnos	( )
Seminarios	( )	Participación en clase	( x )
Lecturas obligatorias	( x )	Asistencia	( x )
Trabajo de investigación	( x )	Seminario	( )
Prácticas de taller o laboratorio	( )		
Prácticas de campo	( )		
<b>Perfil profesiográfico:</b>			
Licenciatura en Administración, Mercadotecnia o afín con experiencia en el área. Deseable contar con estudios de posgrado y con experiencia docente.			