

Cronograma de dictado de Comercialización I – Segundo cuatrimestre de 2017

Un	Tema a desarrollar	Clase	Día
1	Presentación de la materia. Concepto e importancia.	1	Lu 14-8
1	Evolución del marketing. La mezcla comercial. El entorno de marketing.	2	Ma 15-8
2	Segmentación del mercado. Determinación de mercados meta. Posicionamiento en el mercado.	3	Mi 16-8
2	Caso práctico de segmentación de mercados.	4	Ma 22-8
2	Planeación estratégica de la compañía y del marketing. Plan anual de marketing.	5	Mi 23-8
2	Pronóstico de ventas.	6	Lu 28-8
2	Caso práctico de planeación estratégica.	7	Ma 29-8
3	Naturaleza e importancia de la investigación de mercados.	8	Mi 30-8
3	Tipos de investigación de mercados. Proceso de investigación.	9	Lu 4-9
3	Caso práctico de investigación de mercados.	10	Ma 5-9
4	Comportamiento de compra del mercado de consumo.	11	Mi 6-9
1-3	Primer examen parcial.	12	Lu 25-9
4	Comportamiento de compra del mercado de negocios.	13	Ma 26-9
4	Naturaleza y aplicaciones del neuromarketing.	14	Mi 27-9
5	Concepto, niveles y clases de producto. Decisiones de productos individuales, de línea y mezcla de productos.	15	Lu 2-10
5	Desarrollo de nuevos productos. Marketing de servicios.	16	Ma 3-10
5	Caso práctico de producto.	17	Mi 4-10
4-5	Segundo examen parcial.	18	Lun 9-10
6	Concepto de precio. Factores que influyen en su determinación. Fijación de precios en función del costo, del valor percibido y de la competencia.	19	Ma 10-10
6	Fijación de precios de nuevos productos y de mezcla de productos. Ajuste y cambios de precio.	20	Mi 11-10
7	Concepto, funciones, longitud, funcionamiento y organización de los canales de distribución.	21	Ma 17-10
7	Decisiones sobre el diseño y la gestión de los canales de distribución. Logística.	22	Mi 18-10
7	Caso práctico de precio y plaza.	23	Lu 23-10
8	Desarrollo de un programa de comunicaciones de marketing. Mezcla de comunicaciones de marketing.	24	Ma 24-10
8	Decisiones importantes en materia de publicidad (primera parte).	25	Mi 25-10
6-7	Tercer examen parcial.	26	Lu 30-10
8	Decisiones importantes en materia de publicidad (segunda parte).	27	Ma 31-10
8	Creatividad publicitaria.	28	Mi 1-11
8	Administración de la fuerza de ventas.	29	Lu 6-11
8	Caso práctico de promoción.	30	Ma 7-11

9	Efectos del marketing. Respuestas a los problemas de marketing. Ética de Marketing. Principios de una política pública de marketing.	31	Mi 8-11
8-9	Cuarto examen parcial.	32	Lu 13-11
1-9	Recuperatorios de exámenes parciales.	33	Ma 21-11