

Experiencia Educativa: Estrategias de Mercadotecnia y Producción

Unidad I. Introducción a la Administración Estratégica

- 1.1. Proceso de la Administración Estratégica
- 1.2. Concepto, importancia y formas para desarrollar una Misión
- 1.3. Concepto, importancia y formas para desarrollar una Visión
- 1.4. Componentes de un análisis del FODA
- 1.5. Concepto y formas para generar la Ventaja Competitiva

Unidad 2. Estrategias de Mercadotecnia

- 2.1. Concepto y evolución de mercadotecnia
- 2.2. Clasificación de los mercados; Mercado de consumo y conducta del consumidor; Proceso de compra.
- 2.3. Investigación de mercados, Segmentación de mercados; Bases y estrategias de la segmentación de mercados.
- 2.4. Concepto, clasificación de los productos, líneas y mezclas de productos.
- 2.5. Concepto, métodos de fijación y estrategias de precios.
- 2.6. Concepto y estrategias para establecer canales de distribución.
- 2.7. Concepto y estrategias para desarrollar la promoción.
- 2.8. Concepto y estrategias de posventa

Unidad 3. Estrategias de Producción

- 3.1. Definición y clasificación de los Sistemas de producción
- 3.2. Etapas, factores y métodos para desarrollar los estudios de Localización y distribución de planta (método del transporte, ponderación de factores, de los costos, y carga-distancia)
- 3.3. Concepto y funciones de la administración de la producción.
- 3.4. Concepto, etapas y Técnicas para desarrollar la Planeación y control de la producción (pronóstico, mínimos cuadrados, factores y ajustes)
- 3.5. Concepto y técnicas de Programación de la producción (ruta crítica, diagrama de Gantt, programa maestro de la producción)
- 3.6. Definición de Administración de los materiales y sus componentes (concepto y clasificación de los inventarios, sistemas de compras, políticas y métodos de control de inventarios)
- 3.7. Definición de calidad y métodos y teorías para el control de calidad.
- 3.8. Definición y clasificación del mantenimiento, así como técnicas para medir su eficiencia

Método de Evaluación:

Examen Parcial (al termino de la unidad)	50%
Trabajo en Equipo	20%
Exposición	10%
Tareas	20%
Calificación Final de cada Unidad	100%
Tarea Extra	10% Adicional (Opcional)

Calificación Final:

Promedio de Calificación Final de cada Unidad.

El alumno que cubra el 100% de asistencias tendrá 10% adicional en la calificación final.

Inicio de Clases: 4 de Febrero de 2014

Se tomará lista de asistencia al final de la clase

Total de Asistencias: 56 clases

% Para acreditar en examen ordinario: 80% = 45 asistencias

% Para acreditar en examen extraordinario: 65% = 36 asistencias

% Para acreditar en examen extraordinario: 50% = 28 asistencias

Al no cubrir como mínimo el 50% de asistencias, no se podrá acreditar la E.E.

Fechas de Exámenes Ordinarios: 2 al 13 de Junio de 2014

Fechas de Exámenes Extraordinarios: 16 al 20 de Junio de 2014

Fechas de Exámenes a Título de Suficiencia: 23 al 27 de Junio de 2014

Contacto:

Pagina Oficial UV: <http://www.uv.mx/personal/marisperez/>

Correo Electrónico de E.E: emyppcontauv@gmail.com, Google Drive.

Correo Electrónico Institucional: marisperez@uv.mx

Soporte Técnico DGTI USBI Cubículo 14, horario 8:00 a 15:00

Bibliografía:

- Charles W. Hill / Gareth R. Jones : ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA : Un enfoque integrado; Edit. Mc Graw Hill; Sexta Edición; México.
- Thompson Arthur, : Jr. Y Strickland . Administración estratégica: teoría y casos. Edit. Addison Wesley Iberoamericana. México.
- Kotler, Philip. Fundamentos de Mercadotecnia. Editorial Pearson, México.
- Fischer, Laura y Jorge Espejo, Mercadotecnia, Ed. Mc Graw Hill, 3ª Edición.
- Velazquez Mastretta, Gustavo. Administración de los Sistemas de Producción. Edit. Limusa.
- Chase, Ricahrd, Jacobs, Robert y Aquilano, Nicolas. Administración de la producción y las operaciones para una ventaja competitiva. McGraw Hill, México.
- Chiavenato, Idalberto. Iniciación a la planeación y control de la producción. Editorial McGraw Hill.
- Stanton, Williams, Fundamentos de Mercadotecnia. Editorial McGraw Hill
- Render, Barry Heizer, Jay. Principios de Administración de Operaciones. Thomson, México.
- Krajewski, Lee. J Ritman, Larry P. Administración de operaciones. Prentice Hall, México.