



UNIVERSIDAD DE ORIENTE PROGRAMA SINÓPTICO DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA: MERCADOTECNIA

ESCUELA: CIENCIAS APLICADAS DEL MAR
ZOOTECNIA

DEPARTAMENTO:
TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS

CÓDIGO
209-4123

PRELACIONES
NINGUNA

CRÉDITOS
3

SEMESTRE
VIII

HORAS SEMANALES
3

TOTAL HORAS SEMESTRE
48

VIGENCIA
I SEMESTRE DE 2005

HORAS TEÓRICAS
3

HORAS PRÁCTICAS
0

ELABORADO POR:
TRABAJO CONJUNTO DE LOS PROFESORES DE
NUEVA ESPARTA Y MONAGAS

SÍNTESIS DE CONOCIMIENTOS PREVIOS

Organización y funcionamiento de empresas productoras de alimentos. Procesamiento, elaboración y conservación de alimentos

OBJETIVO GENERAL

Al finalizar el curso el estudiante estará en capacidad de manejar con seguridad y en forma analítica los conceptos y técnicas requeridas para el desarrollo de una eficiente gestión de mercadeo de productos en el área de alimentos.

SINOPSIS DEL CONTENIDO

- I. EL CONCEPTO DE MERCADOTECNIA.
- II. EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.
- III. LA ADMINISTRACIÓN DE LA MERCADOTECNIA.
- IV. LA PLANEACIÓN DE LA MERCADOTECNIA.
- V. EL SISTEMA DE INFORMACION DE MERCADOTECNIA.
- VI. LA SELECCIÓN DE LOS MERCADOS META.
- VII. EL DESARROLLO DEL PRODUCTO.
- VIII. LA FIJACIÓN DEL PRECIO. OBJETIVOS Y POLÍTICAS.
- IX. LA DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO.
- X. LA ESTRATEGIA PROMOCIONAL.

BIBLIOGRAFÍA

- Kinnear, T. y Taylor. 1998. Investigación de Mercados. 5ta. ed. McGraw-Hill Interamericana. Cartagena.
- Kottler, P. 1996. Dirección de Mercadotecnia: Análisis, Planeación, Implantación y Control. 8va. ed. Prentice Hill Hispanoamericana. México.
- Kottler, P. 1998. Fundamentos de Mercadotecnia. 4ta. ed. Prentice Hill Hispanoamericana. México.
- Kottler, P. y Armstrong, G. 1996. Mercadotecnia. 6ta. ed. Prentice Hill Hispanoamericana. México.
- Malhotra, N.K. 1997. Investigación de Mercados. Un enfoque práctico. 2da. ed. Prentice Hill Hispanoamericana. México.
- Wells, W. 1996. Publicidad: Principios y Prácticas. Prentice Hill Hispanoamericana. México.