

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

Programa de la asignatura: MERCADOTECNIA POLÍTICA

LICENCIATURA: ADMINISTRACIÓN		CLAVE:		
SEMESTRE:	PLAN: 2005	ÁREA: Mercadotecnia		
CARÁCTER: Optativa Profesionalizante		HORA / SEMANA / SEMESTRE		Créditos:
		TEÓRICAS	PRÁCTICAS	
		4	0	8
MODALIDAD: Curso				
SERIACIÓN ANTECEDENTE OBLIGATORIA: Ninguna				
SERIACIÓN SUBSECUENTE OBLIGATORIA: Ninguna				

OBJETIVO GENERAL DEL CURSO:

AL FINALIZAR EL CURSO, EL ALUMNO SERÁ CAPAZ DE IDENTIFICAR Y DESARROLLAR ESTRATEGIAS Y ACCIONES PARA LOS DIFERENTES ELEMENTOS DE LA MERCADOTECNIA EN EL ÁMBITO POLÍTICO, ASÍ MISMO, APLICARÁ LOS CONCEPTOS RESPECTIVOS EN LA ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE UNA CAMPAÑA POLÍTICO ELECTORAL.

TEMAS:	HORAS SUGERIDAS
I. MERCADOTECNIA POLÍTICA. CONCEPTOS BÁSICOS	6
II. DELITOS ELECTORALES Y PRÁCTICAS DESHONESTAS	8
III. EL PRODUCTO EN LA MERCADOTECNIA POLÍTICA	6
IV. EL PRECIO EN LA MERCADOTECNIA POLÍTICA	4
V. EL MERCADO	8
VI. LA PROMOCIÓN POLÍTICA	8
VII. ORGANIZACIÓN DE LA CAMPAÑA	4
VIII. ANTES DE LA CAMPAÑA	4
IX. DURANTE LA CAMPAÑA	4
X. DURANTE LA JORNADA ELECTORAL	4
XI. DESPUÉS DE LA JORNADA ELECTORAL.	8
	64

TOTAL DE HORAS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1. CALLADO Fernández Carlos, Sampieri Hernández Roberto, Ocampo Jaramillo Eliseo, *Marketing Político e Imagen de Gobierno en Funciones*, 2ª Edición, México, Mc Graw Hill, 2003, 158 pp.
2. *Código Federal de Instituciones y Procedimientos electorales*, México, IFE, 2003.
3. *Código Penal para el Distrito Federal en Materia del Fuero común y para toda la República en Materia del Fuero Federal*, 61ª Edición, México, Porrúa, 2003.
4. GORDOA Víctor, *El poder de la Imagen Pública*, México, Endomex, 2002.
5. LERMA Kirchner Alejandro Eugenio, *Mercadotecnia Política y Organización de Campaña*, México, Gasca Sisco, 2004.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

1. CZINKOTA Michael R, Kotable Masaki, *Administración de Mercadotecnia*, 2ª Edición, México, Thomson, 2001, 599pp.
2. FERNÁNDEZ Valiñas Ricardo, *Fundamentos de Mercadotecnia*, México, Thomson, 2002, 336 pp.
3. FISCHER Laura, Espejo Jorge, *Mercadotecnia*, 3ª Edición, México, Mc Graw Hill, 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), 10ª Edición, México, Pearson Prentice Hall, 2001, 718 pp.
6. KOTLER Philip, Armstrong Gary, *Fundamentos de Marketing*, 6ª Edición, México, Pearson Prentice Hall, 2003, 589 pp.
7. KOTLER Philip, Armstrong Gary, *Marketing*, 8ª Edición, México, Pearson. Prentice Hall, 2001, 691 pp.
8. LAMB W. Charles, Hair F. Joseph, Mc Daniel Carl. *Marketing*, 6ª Edición, México, Thomson, 2002,

751 pp.

9. MC CARTHY Jerome, Perreault William, *Marketing, Un Enfoque Global*, 13ª Edición, México, Mc Graw Hill, 2001, 797 pp.
10. SANDHUSEN Richard L., *Mercadotecnia*, México, CECSA, 2002, 660 pp.
11. STANTON William., Etzel Michael, Bruce J. Walker, *Fundamentos de Marketing*, 13ª Edición, México, Mc Graw Hill, 2003, 764 pp.

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS:

Exposición audiovisual	(X)
Exposición oral	(X)
Ejercicios dentro de la clase	(X)
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajos de investigación	(X)
Prácticas de taller o laboratorio	(X)
Prácticas de campo	(X)
Otras	(X)

SUGERENCIAS PARA LA EVALUACIÓN:

Exámenes parciales	(X)
Exámenes finales	(X)
Trabajos y tareas fuera de aula	(X)
Participación en clase	(X)
Asistencia a prácticas	(X)
Otras	(X)

PERFIL PROFESIOGRÁFICO DEL DOCENTE:**ESTUDIOS REQUERIDOS**

Licenciatura en Administración o Mercadotecnia o carrera afín, preferentemente con estudios de posgrado.

EXPERIENCIA PROFESIONAL DESEABLE

Experiencia mínima de 3 años en empresas relacionadas con el área o su equivalente.

Tener experiencia docente mínima de 3 años.

OTROS REQUERIMIENTOS

Haber cursado los módulos de didáctica y docencia que imparte la Facultad, para profesores de nuevo ingreso, así como cubrir satisfactoriamente los requisitos impuestos por el departamento de selección y reclutamiento de la Facultad de Contaduría y Administración.