



Mercadotecnia Política

Clave:	Semestre: Entre 5° y 8	Área o campo de conocimiento: Mercadotecnia		No. Créditos: 8
Carácter: Optativa de elección Profesionalizante		Horas		Horas al semestre
Tipo: Teórica		Teoría:	Práctica:	64
		4	0	
Modalidad: Curso		Duración del programa: Semestral		

Seriación: Si () No (x) **Obligatoria** () **Indicativa** ()

Asignatura antecedente: Ninguna

Asignatura subsecuente: Ninguna

Objetivo general:

El alumno será capaz de identificar y desarrollar estrategias y acciones con los diferentes elementos de la mercadotecnia en el ámbito político, así mismo, aplicará los recursos mercadológicos en la organización y administración de una campaña político electoral.

Índice Temático

Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
I	Mercadotecnia política: conceptos básicos	8	0
II	Delitos electorales y prácticas deshonestas	8	0
III	El producto en el marketing político	8	0
IV	(2° parte) el producto en el marketing político de gobierno	8	0
V	El precio en marketing político	8	0
VI	El mercado político	8	0
VII	(2° parte) investigación del mercado electoral	8	0
VIII	La promoción	8	0
Total de horas:		64	

Bibliografía básica:

1. CALLADO Fernández Carlos, SAMPIERI Hernández Roberto, OCAMPO Jaramillo Eliseo. *Marketing Político e Imagen de Gobierno en Funciones*, México: Mc Graw Hill, 2ª Edición, 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*, México: Porrúa, 61ª Edición, 2003.
4. GORDOA Víctor. *El poder de la Imagen Pública*, México: Endomex, 2002, 287 pp.

<p>5. LERMA Kirchner Alejandro Eugenio, VITE, Romeo, BÁRCENA, Sergio. <i>Mercadotecnia Política y Organización de Campaña</i>, México: Cengage, Learning, 2010, 495 pp.</p>																																					
<p>Bibliografía complementaria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. CZINKOTA Michael R, Kotable Masaki. <i>Administración de Mercadotecnia</i>, México: Thomson, 2ª Edición, 2001, 599 pp. 2. FERNANDEZ Valiñas Ricardo. <i>Fundamentos de Mercadotecnia</i>, México: Thomson, 2002, 336 pp. 3. FISCHER Laura, Espejo Jorge. <i>Mercadotecnia</i>, México: Mc Graw Hill, 3ª Edición, 2004, 540 pp. 4. KERIN A. Roger, Berkowitz N. Eric, Hartley W. Steven, Rudelius William. <i>Marketing</i>, México: Mc Graw Hill, 7ª Edición, 2003, 857 pp. 5. KOTLER Philip. <i>Dirección de Marketing (La edición del milenio)</i>, México: Pearson Prentice Hall, 10ª Edición, 2001, 718 pp. 6. KOTLER Philip, Armstrong Gary. <i>Fundamentos de Marketing</i>, México: Pearson Prentice Hall, 6ª Edición, 2003, 589 pp. 7. KOTLER Philip, Armstrong Gary. <i>Marketing</i>, México: Pearson. Prentice Hall, 8ª Edición, 2001, 691 pp. 8. LAMB W. Charles, Hair F. Joseph, MC DANIEL Carl. <i>Marketing</i>, México: Thomson, 6ª Edición, 2002, 751 pp. 9. MC CARTHY Jerome, Perreault William. <i>Marketing, Un Enfoque Global</i>, México: Mc Graw Hill, 13ª Edición, 2001, 797 pp. 10. SANDHUSEN Richard L. <i>Mercadotecnia</i>, México: CECSA, 2002, 660p.p. 11. STANTON William, Etzel Michael, Bruce J. Walker. <i>Fundamentos de Marketing</i>, México: Mc Graw Hill, 13ª Edición, 2003, 764 pp. 																																					
<p>Sugerencias didácticas:</p> <table border="0"> <tr><td>Exposición oral</td><td>(X)</td></tr> <tr><td>Exposición audiovisual</td><td>(X)</td></tr> <tr><td>Ejercicios dentro de clase</td><td>(X)</td></tr> <tr><td>Ejercicios fuera del aula</td><td>(X)</td></tr> <tr><td>Seminarios</td><td>()</td></tr> <tr><td>Lecturas obligatorias</td><td>(X)</td></tr> <tr><td>Trabajo de investigación</td><td>(X)</td></tr> <tr><td>Prácticas de taller o laboratorio</td><td>()</td></tr> <tr><td>Prácticas de campo</td><td>()</td></tr> <tr><td>Otras: _____</td><td>()</td></tr> </table>	Exposición oral	(X)	Exposición audiovisual	(X)	Ejercicios dentro de clase	(X)	Ejercicios fuera del aula	(X)	Seminarios	()	Lecturas obligatorias	(X)	Trabajo de investigación	(X)	Prácticas de taller o laboratorio	()	Prácticas de campo	()	Otras: _____	()	<p>Mecanismos de evaluación del aprendizaje de los alumnos:</p> <table border="0"> <tr><td>Exámenes parciales</td><td>(X)</td></tr> <tr><td>Examen final escrito</td><td>(X)</td></tr> <tr><td>Trabajos y tareas fuera del aula</td><td>()</td></tr> <tr><td>Exposición de seminarios por los alumnos</td><td>()</td></tr> <tr><td>Participación en clase</td><td>(X)</td></tr> <tr><td>Asistencia</td><td>(X)</td></tr> <tr><td>Seminario</td><td>()</td></tr> <tr><td>Otras:</td><td>()</td></tr> </table>	Exámenes parciales	(X)	Examen final escrito	(X)	Trabajos y tareas fuera del aula	()	Exposición de seminarios por los alumnos	()	Participación en clase	(X)	Asistencia	(X)	Seminario	()	Otras:	()
Exposición oral	(X)																																				
Exposición audiovisual	(X)																																				
Ejercicios dentro de clase	(X)																																				
Ejercicios fuera del aula	(X)																																				
Seminarios	()																																				
Lecturas obligatorias	(X)																																				
Trabajo de investigación	(X)																																				
Prácticas de taller o laboratorio	()																																				
Prácticas de campo	()																																				
Otras: _____	()																																				
Exámenes parciales	(X)																																				
Examen final escrito	(X)																																				
Trabajos y tareas fuera del aula	()																																				
Exposición de seminarios por los alumnos	()																																				
Participación en clase	(X)																																				
Asistencia	(X)																																				
Seminario	()																																				
Otras:	()																																				
<p>Perfil profesiográfico:</p> <p>Estudios requeridos: Licenciatura en Administración o Mercadotecnia o carrera afín, preferentemente con estudios de posgrado.</p> <p>Experiencia profesional deseable: Experiencia mínima de 3 años en empresas relacionadas con el área o su equivalente. Tener experiencia docente mínima de 3 años.</p>																																					