



PROGRAMA SINTÉTICO.

1. Datos de identificación:	
<input type="checkbox"/> Nombre de la institución y de la dependencia	Facultad de Arquitectura U.A.N.L. Licenciatura en Diseño Industrial
<input type="checkbox"/> Nombre de la unidad de aprendizaje	Mercadotecnia
<input type="checkbox"/> Frecuencia semanal	3 hrs. por semana Totales 90 Hrs. Teoría 60 Hrs. Práctica 0 Hrs.
<input type="checkbox"/> Horas de trabajo extra aula por semana	10
<input type="checkbox"/> Modalidad	Escolarizado
<input type="checkbox"/> Periodo académico	5º. Semestre
<input type="checkbox"/> Tipo de Unidad de aprendizaje	Optativa
<input type="checkbox"/> Área Curricular	ACFBP IV
<input type="checkbox"/> Créditos UANL	3
<input type="checkbox"/> Fecha de elaboración	06 Mayo 2008
<input type="checkbox"/> Fecha de última actualización	1 de Julio 2011
<input type="checkbox"/> Responsable (s) del diseño:	M. A. Augusto A. Hernández Goitia, MC Magdalena Loredo Gómez



2. Propósito(s):

En esta Unidad de aprendizaje se ofrece al alumno una ventana al mundo y las tendencias de la mercadotecnia, su estudio ayudará al estudiante a visualizar el entorno que rodeará a su diseño una vez que este se encuentre en el mercado, los factores a los que se enfrentará y la forma de superarlos, todo con la intención de que el producto sea realmente competitivo en el mercado de consumo de los nuevos productos. Otro aspecto importante del curso es que el diseñador podrá enfrentarse a situaciones reales donde pueda experimentar la eficacia y la aceptación al mercado y el análisis de las preferencias de consumo.

3. Competencias del perfil de egreso



- **Competencias generales a las que contribuye esta unidad de aprendizaje:** □ Competencias instrumentales
- Utiliza los lenguajes lógico, formal, matemático, icónico, verbal y no verbal de □ sentimientos, teorías y corrientes de pensamiento con un enfoque ecuménico.
- Maneja las tecnologías de la información y la comunicación como herramienta para el acceso de la información y su transformación en conocimiento, así como para el aprendizaje y trabajo colaborativo con técnicas de vanguardia que le permitan su participación constructiva en la sociedad.
- Utiliza un segundo idioma, preferentemente el inglés, con claridad y corrección para comunicarse en contextos cotidianos, académicos, profesionales y científicos.
- Competencias personales y de interacción social
- Mantiene una actitud de compromiso y respeto hacia la diversidad de prácticas sociales y culturales que reafirman el principio de integración en el contexto local, nacional e internacional con la finalidad de promover ambientes de convivencia pacífica.
- Practica los valores promovidos por la UANL: verdad, equidad, honestidad, libertad, solidaridad, respeto a la vida y a los demás, respeto a la naturaleza, integridad, ética profesional, justicia y responsabilidad, en su ámbito personal y profesional para contribuir a construir una sociedad sostenible. □ Competencias integradoras
- Asume el liderazgo comprometido con las necesidades sociales y profesionales para promover el cambio social pertinente.
- Logra la adaptabilidad que requieren los ambientes sociales y profesionales de incertidumbre de nuestra época para crear mejores condiciones de vida.

Competencias específicas del perfil de egreso a las que contribuye la unidad de aprendizaje.

- Emplear los recursos del entorno, considerando las estrategias de sustentabilidad local y global en el diseño para lograr la competitividad de los productos en el mercado.
- Desarrollar proyectos de diseño industrial, aplicando nuevas formas y funciones a los productos utilizando técnicas y herramientas creativas para dar soluciones innovadoras a las necesidades de la empresa.
- Aplicar los lineamientos legales de la propiedad intelectual, de forma ética dentro del marco nacional e internacional para la protección del diseño de productos.
- Generar la logística de los productos industriales en los términos que rigen los mercados nacionales e internacionales para su óptima distribución y comercialización.



□

• **4. Factores a considerar para la evaluación de la unidad de aprendizaje.**

□

- El alumno desarrollara investigaciones documentales y de campo relacionadas con aspectos de la mercadotecnia aplicad productos.
- Evaluación mediante examen.
- Elaborar resúmenes de manera clara y sintética que denoten capacidad analítica

4. Producto integrador de aprendizaje

□

- Trabajo y exposición en equipo sobre la campaña de un producto determinado, donde se medirá la capacidad de análisis, □ posicionamiento y negociación
- Diseño de campaña de mercadotecnia, que incluya producto, imagen, estudio de mercado, mercadeo y punto de venta.

□



□ 6. Fuentes de apoyo y consulta.

Kotler, Philip y Armstrong, Gary; 2002.
Marketing, Prentice Hall; México

Pride, William/Ferrel Q.C.
Marketing,
México Interamericana

Wilson, Bud
Planeación y Desarrollo Comercial del Producto
México, Herrera Hermanos, Sucs.

Aaker D.A./Day G.S.
Investigación de Mercados.

Sheffman, León/G Lazar, Kanault Leslie
Consumer Behavior
New York, Prentice Hall.

Tabla 1. Formato para la presentación de los programas sintéticos de las UA