

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON

MEDIOS Y MEDIACIONES INSTITUCIONALES

Currículo de asignatura

AREA:	Formación Básica.
PROGRAMA:	Tecnología en Gestión Logística
UNIDAD ACADEMICA:	Mercadeo
INTENSIDAD HORARIA:	64 Horas
CREDITOS:	2
NIVEL:	4

OBJETIVO GENERAL:

El curso pretende ubicar al estudiante en el mercadeo del mundo moderno.

OBJETIVO ESPECIFICO

Que el estudiante maneje la mezcla de mercadeo.

Que el estudiante aplique el proceso de Administración de mercadeo.

Al culminar el curso, diferencie, analice y evalúe estrategias de mercadeo.

TEMAS

Naturaleza y ámbito del mercadeo
Conceptos básicos
Evolución de los negocios

Sistema de Mercadeo

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON

MEDIOS Y MEDIACIONES INSTITUCIONALES

Currículo de asignatura

Mezcla esencial del mercadeo (Las P's del mercadeo)

Segmentación

Posicionamiento

Mercadeo sectorial
Mercadeo Industrial
Mercadeo de Servicios
Mercadeo Político
Mercadeo Financiero
Mercadeo Deportivo
Mercadeo Religioso

S.I.M, Sistema de Información del Mercadeo

BIBLIOGRAFÍA

STANTON, William. Fundamentos de Marketing

Enciclopedia de Marketing. Mac Graw Hill. Edición 1996

KOTLER, Philip. Fundamentos de Mercadeo. Prentice Hill. 1998

Laura Fisher, Introducción al mercadeo. Ed. Diana

Principios de Mercadeo. UniAndes

