INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

PROGRAMA SINTÈTICO

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN, UNIDADES SANTO TOMÁS Y TEPEPAN

PROGRAMA ACADEMICO: Licenciatura en Relaciones Comerciales

UNIDAD DE APRENDIZAJE: Administración de Productos y Servicios **NIVEL:** V

PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:
Diseña una estrategia de lanzamiento de nuevos productos, servicios y marcas al mercado con un enfoque sustentable hacia el consumidor.

CONTENIDOS:

I. Administración de la marca
II. Equidad de marca (*Brand Equity*)
III. El nuevo producto y el nuevo servicio
IV. El desarrollo del nuevo producto o servicio a través de la empresa, introducción y lanzamiento.
V. Aspectos estratégicos

ORIENTACIÓN DIDÁCTICA:
La orientación didáctica está centrada en el aprendizaje, donde el estudiante construya su propio conocimiento a través de la estrategia del aprendizaje situado (prácticas de campo), aprendizaje basado en casos y el aprendizaje colaborativo; asimismo, se han considerado técnicas como: búsqueda de información bibliográfica, hemerográfica y electrónica, elaboración de textos y de organizadores gráficos. El estudiante será asesorado y retroalimentado por el profesor en su proceso de aprendizaje.
Esta unidad de aprendizaje lleva acompañamiento del idioma inglés.

EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN:
De acuerdo al objetivo del curso se plantea realizar una evaluación diagnóstica sobre los conocimientos previos relacionados con los de la Unidad de Aprendizaje. Asimismo, la evaluación formativa a través de las actividades realizadas durante el desarrollo de las unidades temáticas. La evaluación sumativa se integrará con los resultados de las evidencias y productos.
Esta Unidad de Aprendizaje puede acreditarse por evaluación de saberes previamente adquiridos durante las primeras semanas a partir del inicio del curso y se evaluará el dominio de las competencias de la unidad de aprendizaje a través la elaboración de un Plan de mercadotecnia aplicando de un nuevo producto y/o servicio y haciendo énfasis en las marcas de la empresa, enfocado a nuevos mercados y nuevos consumidores preservando al medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA:

- Martínez-S. Eva Comportamiento del consumidor ecológico, ESIC, España, 2008, 268 págs. ISBN 9788473563208.
- Salazar Leytte Jorge. Cómo iniciar una pequeña empresa, Compañía Editorial Continental, México, 1999, 13: 978-9682611599.
- Schanarch K. Alejandro, Desarrollo de nuevos productos y empresas, 5ª edición, McGraw Hill, México 2008, ISBN 9789584103949.
- Schnarch Alejandro. Nuevo producto: Estrategias para su creación, desarrollo y lanzamiento, Mc. Graw Hill, México 1991, 187 págs. ISBN 9701001184, 9789701001189.
- Stanton William. Fundamentos de marketing, Mc. Graw Hill, México, 2007, 772 págs. ISBN 9789701062012.

INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN UNIDADES SANTO TOMÁS Y TEPEPAN. **PROGRAMA ACADÉMICO:** Licenciatura en Relaciones Comerciales. **SALIDA LATERAL:** En Comercialización. **ÁREA DE FORMATICIÓN:** Terminal y de integración. **MODALIDAD:** Escolarizada.	**UNIDAD DE APRENDIZAJE:** Administración de Productos y Servicios **TIPO DE UNIDAD DE APRENDIZAJE:** Teórico – Práctica Obligatoria. **VIGENCIA:** 2011 **NIVEL:** V **CRÉDITOS**: 9.0 Tepic (6.1 SATCA)

INTENCIONES EDUCATIVAS

Los Licenciados en Relaciones Comerciales requieren de diseñar Planes de Mercadotecnia con el propósito de adelantarse a los acontecimientos para alcanzar los objetivos de la marca y de la organización, cuidando todos los elementos administrativos mercadológicos para mayor certidumbre, que indica en que posición se encuentra la empresa y a donde quiere llegar para diseñar de las estrategias y tácticas adecuadas.

Las competencias que se lograrán en esta unidad aprendizaje serán:

- Evalúa la actividad básica mercadológica sobre los productos, servicios y marcas de la empresa de acuerdo con las circunstancias del mercado.
- Diseña una marca competitiva y rentable en torno a un producto o servicio con inversión en imagen dentro del mercado.
- Aplica técnicas del proceso creativo en el diseño y lanzamiento de un nuevo producto o servicio en el mercado.
- Desarrolla un nuevo producto o servicio en la mejora del desempeño con base en las necesidades y expectativas del consumidor y la empresa.
- Diseña una nueva estrategia mercadológica sustentable del nuevo producto o servicio que satisfaga las necesidades del mercado.

Esta Unidad de Aprendizaje se encuentra en el área profesional y se relaciona horizontalmente con las Unidades de Aprendizaje del V nivel: Dirección Estratégica Comercial y Medición y Desarrollo de los Mercados; de manera vertical descendente con: Fundamentos de Mercadotecnia, Comportamiento del Consumidor, Mercadotecnia Analítica, Mercadotecnia Directa y Sistemas de Información de Mercadotecnia.

Esta Unidad de Aprendizaje puede ser considerada para fines de titulación por opción curricular, con fundamento en los lineamientos de titulación vigentes de la Unidad Académica y cumpliendo con los requisitos de acreditación establecidos en el mismo. La unidad de aprendizaje base es "Proyecto de investigación aplicada" en combinación con una de las siguientes unidades de aprendizaje: "Dirección estratégica comercial" o "Administración de productos y servicios".

PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseña una estrategia de lanzamiento de nuevos productos, servicios y marcas al mercado con un enfoque sustentable hacia el consumidor.

TIEMPOS ASIGNADOS	UNIDAD DE APRENDIZAJE	AUTORIZADA POR:
HORAS TEORÍA/SEMANA: 3.0 **HORAS PRÁCTICA/SEMANA:** 3.0 **HORAS TEORÍA/SEMESTRE:** 54.0 **HORAS PRÁCTICA/SEMESTRE:** 54.0 **HORAS TOTALES/SEMESTRE:** 108.0	**DISEÑADA POR:** Academias de Mercadotecnia de la ESCA, Unidades Santo Tomás y Tepepan. **REVISADA POR**: Subdirección Académica de Unidades Santo Tomas y Tepepan **APROBADA POR**: Consejo Técnico Consultivo Escolar Santo Tomás y Tepepan Presidente: C. P. Norma Cano Olea y C. P. Jaime V. [illegible]	**Consejo de** Programas Académicos del Consejo General Consultivo del IPN. Ing. Rodrigo de Jesús Serrano Domínguez. Secretario Técnico de la Comisión de Programas Aadémicos.

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA
INSTITUTO POLITECNICO NACIONAL
E.S.C.A. SANTO TOMAS
DIRECCION

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO POLITECNICO NACIONAL
E. S. C. A. TEPEPAN
DIRECCION