|  |
| --- |
| **PROGRAMAS DE ESTUDIOS • ANEXO 2** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| NOMBRE DE LA ASIGNATURA | CICLO | CLAVE DE LA ASIGNATURA |
| ADMINISTRACIÓN DE VENTAS | **5** | AD124 |

|  |
| --- |
| OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA |
| El estudiante evaluará la función que tiene la promoción en el mercado, siendo capaz de aplicar tácticas y estrategias administrativas para influir en el comportamiento del consumidor. |

|  |  |
| --- | --- |
| TEMAS Y SUBTEMAS | |
| 1. Introducción a la promoción de ventas   * 1. Evolución histórica de la promoción de ventas   1.1.1 Cultura griega  1.1.2 Cultura romana  1.1.3 Cultura árabe  1.1.4 Cultura americana   * 1. Definiciones de promoción de ventas      1. Diferencias entre publicidad-promoción de ventas-propaganda   1.3 Ubicación de la promoción de ventas en el proceso mercadológico  2. Ambiente promocional  2.1 Definición de ambiente promocional   * 1. Componentes de ambiente promocional   2.2.1 Luz  2.2.2 Color  2.2.3 Sonido  2.2.4 Movimiento  3. Medios promocionales  3.1 Ferias  3.2 Exposición  3.3 Exhibición  3.4 Demostración  3.5 Degustación  3.6 Muestras  3.7 El correo  3.8 Empaque, envase y marca  3.9 Telemarketing  3.10 Fax  3.11 Video cinta  4. Estrategias de promoción de ventas   * 1. Estrategias de promoción de ventas para los consumidores   4.1.1 Premios  4.1.2 Cupones  4.1.3 Muestras  4.1.4 Concursos  4.1.5 Sorteos   * 1. La fuerza de ventas   2. Estrategias, promocionales para los canales de distribución   4.3.1 Exhibidores  4.3.2 Premios  4.3.3 Bonificaciones  5. Administración de una campaña promocional  5.1 Administración de una campaña promocional  5.2 Planeación de una campaña promocional  5.3 Plan de ejecución  5.4 Evaluación  5.5 Aspectos legales |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE | | | |
| ACTIVIDADES CON DOCENTE | HORAS: 84 | ACTIVIDADES INDEPENDIENTES | HORAS: 76 |
| * Discusiones grupales * Exposiciones y análisis de casos * Generación de debates a partir de los temas abordados sobre la campaña promocional a realizar * Lecturas dirigidas * Asesoria para la campaña promocional | | * Investigación bibliográfica, documental y digital * Exposición individual y en equipo * Participación en debates * Resolución de ejercicios * Desarrollo de una campaña promocional | |
| CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN | | | |
| Se aplicará una evaluación sumatoria con valor del 100%, en ningún caso podrán existir estudiantes exentos; las actividades de aprendizaje serán fijadas de acuerdo con la planeación docente.  Examen 20%  Participación debates 20%  Resolución de ejercicios 30%  Desarrollo de campañas 30% | | | |
| TOTAL 100 % | | | |