



Materia : Mercadotecnia del diseño industrial

Semestre:	VI
Clave:	36955
Área:	Investigaciones Humanísticas
Departamento:	Comportamiento
Tipología:	Teórico - Práctica
Carácter:	Instrumental
Tipo:	Obligatoria
Horas:	Prácticas (00) Teóricas (02)
Créditos:	4
Carreras:	Diseño Industrial
Elaboró:	D.I. Jorge Rivera Delgadillo
Revisó:	Psic. Alicia Téllez Arellano
Fecha:	Noviembre 1998

Presentación de la materia

Este curso pretende que el alumno aplique los conceptos vistos en la materia de mercadotecnia, tanto en el desarrollo de su labor de diseñador como en su propio desarrollo personal.

Objetivo general

Desarrollar en el alumno la capacidad de aplicar conceptos de mercadotecnia en el desarrollo de su labor profesional y en su propio desarrollo personal.

UNIDAD 1

Desarrollo de nuevos productos

Objetivo particular:

El alumno aplicará los conceptos para el desarrollo de nuevos productos.

1.1 El Producto

1.1.1 Antecedentes

- 1.1.2 Clasificación
- 1.2 Desarrollo de Nuevos Productos
 - 1.2.1 Ciclo de vida del producto
 - 1.2.2 Justificación
 - 1.2.3 Etapas de desarrollo del producto
- 1.3 Aplicación
 - 1.3.1 Definición del problema
 - 1.3.2 Planeación
 - 1.3.3 Desarrollo
 - 1.3.4 Presentación

UNIDAD 2

Promoción y ventas

Objetivo particular:

El alumno conocerá y aplicará conceptos de promoción y venta de productos.

- 2.1 Actividades promocionales
 - 2.1.1 Publicidad
 - 2.1.2 Relaciones públicas
 - 2.1.3 Tendencias
 - 2.1.4 Estrategias
- 2.2 Venta
 - 2.2.1 Principios básicos
 - 2.2.2 Tipos de venta
 - 2.2.3 Estrategias de venta
- 2.3 Aplicación
 - 2.3.1 Definición del problema
 - 2.3.2 Planeación
 - 2.3.3 Desarrollo
 - 2.3.4 Presentación

UNIDAD 3

Mercadotecnia personal

Objetivo particular:

El alumno conocerá y aplicará conceptos de mercadotecnia a su desarrollo personal y profesional.

- 3.1 Análisis de la práctica profesional
 - 3.1.1 Filosofía del diseño
 - 3.1.2 Servicios profesionales
 - 3.1.3 Actitudes y valores
- 3.2 Presentación personal
 - 3.2.1 Expresión corporal y facial
 - 3.2.2 Actitudes
 - 3.2.3 Comunicación

- 3.3 Mercado de trabajo
 - 3.3.1 Antecedentes
 - 3.3.2 Trabajo en empresas
 - 3.3.3 Trabajo independiente
- 3.4 Planeación personal
 - 3.4.1 Metas y objetivos
 - 3.4.2 Estrategias
 - 3.4.3 Aplicación

Mecánica de enseñanza aprendizaje

Exposición de conceptos por el profesor y enseguida realización de un proyecto de aplicación por los alumnos con la asesoría personal del maestro.

Mecanismos de evaluación

Asistencia mínima del 66% para tener derecho a evaluación la cual se realiza en tres unidades didácticas, cada una evaluada con la presentación de un proyecto.

Bibliografía básica

EZEQUIEL MARTINEZ ARTECHE. *Planeación, Desarrollo e Ingeniería del Producto*. Editorial Trillas México 1985
CHARLES D.SCHEWE Y REUBEN SMITH *Mercadotecnia, Conceptos y Aplicaciones*. Mc.Graw Hill.
JIM MORGAN *Marketing para la pequeña empresa*. Gustavo Gili. México.1986
MANUEL LECUONA LOPEZ *Seminario sobre Diseño Mueblero Canacintra-Aidma* San Luis Potosí, Mexico 1994
GABY VARGAS *La Imágen del Éxito*. Mc. Graw Hill. México. 1988
BOBBI LINKER *Como mejorar su imagen profesional*. Aguilar. México 1997