



Datos generales
<ul style="list-style-type: none">○ Fecha del Examen Extraordinario: Del 21 al 28 de junio del 2025○ Nombre del profesor(a): CHÁVEZ BAUTISTA OMAR○ Correo electrónico del profesor (a): omar.chavez@politicas.unam.mx○ Clave de la materia: 2512○ Nombre de la materia: FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA○ Licenciatura: CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN / PUBLICIDAD○ Semestre al que pertenece: 5º○ Carácter de la materia (obligatoria u optativa): OBLIGATORIA○ Número de créditos: 8
Características del examen
<ul style="list-style-type: none">● Temario● Unidad 1.<ul style="list-style-type: none">● Mercadotecnia orientada al consumidor● Unidad 2.<ul style="list-style-type: none">● Elementos de la mercadotecnia: Las 4p's (Precio, producto, plaza y promoción)● Unidad 3.<ul style="list-style-type: none">● La importancia de la investigación de mercado en la elaboración del plan de mercadotecnia● Unidad 4.<ul style="list-style-type: none">● Planes de comunicaciones integradas de mercadotecnia● Contenidos a evaluar<ul style="list-style-type: none">● Se evaluará el entendimiento de conceptos, así como la capacidad de relacionarlos con los elementos actuales de la mercadotecnia y publicidad en plataformas digitales.● Se evaluará la capacidad del estudiante para identificar ejemplos concretos, de los conceptos revisados, así como la investigación complementaria en caso de ser necesaria.● Bibliografía básica<ul style="list-style-type: none">● CLOW Baack <i>Publicidad, promoción y comunicación integral el marketing</i>. México, Cuarta edición. Editorial Pearson Educación. 2010.● KOTLER Philip y Gary Armstrong. <i>Mercadotecnia</i>, Prentice-Hall hispanoamericana, 6ª edición, 1996.● Mafra, É. (2021, 19 febrero). Los 81 tipos de marketing principales, explicados con ejemplos visuales. Recuperado 14 de septiembre de 2023, de https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-marketing/● ¿Qué es la matriz BCG? Aprende para qué sirve y cómo realizarla. (2022, 16 marzo). Recuperado 21 de junio de 2022, de https://mexico.unir.net/economia/noticias/matriz-bcg/



- Martins, J. (2020, 16 diciembre). 5 pasos para escribir un brief claro del proyecto
 - Recuperado 1 de agosto de 2020, de <https://asana.com/es/resources/project-brief>
- Recurso de evaluación
 - Elaborar un escrito/ensayo en el que se realice un análisis integral de la relación entre los conceptos de Mix de Márketing, Publicidad y la importancia de la Investigación de mercados en la era digital.
 - El documento deberá tener una extensión máxima de 9 a 15 páginas (sin contar la portada y graficos o imágenes) (Calibri, 11; títulos/subtítulos en negritas, espaciado sencillo), donde se aborde el tema a desarrollar.
 - Se recomienda abordar los siguientes elementos en el escrito:
 - Introducción:
 - Presentación del tema y su relevancia en la actualidad.
 - Definición de los conceptos clave: Publicidad, Mix de Marketing e investigación de mercados.
 - La Evolución de la Publicidad y el Marketing en la era Digital.
 - Explicación del cambio en la dinámica de la publicidad y el marketing con la llegada de la era digital.
 - Ejemplos de campañas exitosas que ilustran esta evolución.
 - El Mix de Marketing en un contexto Digital
 - Descripción de los componentes del Mix de Marketing tradicional.
 - Adaptación y transformación de estos componentes en la era digital.
 - Enfoque en la promoción digital, personalización y segmentación.
 - La investigación de Mercados en la Era Digital.
 - Explicación de la importancia de la investigación de mercados en el contexto digital.
 - Ejemplos de cómo la investigación de mercados ha impulsado estrategias de comunicación o productos exitosos.
 - Integración de la investigación de Mercados, Publicidad y Mix de Márketing.
 - Análisis de cómo la investigación de mercados informa y nutre las estrategias de publicidad y el Mix de Marketinn.
 - Exploración de cómo la personalización y la segmentación están influenciadas por los datos de investigación de mercado.
 - Conclusiones
 - Reflexión sobre la importancia de comprender y aprovechar la interconexión entre la publicidad, el Mix de Marketing y la investigación de mercados en la era digital.

Criterios de acreditación

- El ensayo se deberá entregar a más tardar el 12 de enero de 2024 de manera electrónica al correo: omar.chavez@politicas.unam.mx, en formato PDF, extensión máxima de 9 a 15



páginas (sin contar la portada) (Calibri, 11; títulos/subtítulos en negritas, espaciado sencillo).

- Se tomará en cuenta ortografía y redacción del documento.
- Se tomará en cuenta el correcto citado de la información, así como de los ejemplos requeridos en los lineamientos del trabajo.
- Se tomará en cuenta el interés del estudiante en realizar una investigación complementaria de los temas a desarrollar.

En caso de identificar plagio la calificación será reprobatoria de forma automática.