

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
CAMPUS OMAR DENGÓ  
SEDE INTERUNIVERSITARIA DE ALAJUELA  
SEDE REGIÓN BRUNCA**

---

**PROGRAMA DEL CURSO**

**1. DATOS GENERALES**

|                                |                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre del curso:              | Mercadeo                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Código del curso:              | ETE429                                                                                                                                                                                                                                                              |
| NRC:                           | 41139 /41145                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Grupo:                         | 21                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Créditos:                      | 3                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Nivel:                         | Nivel IV                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Periodo lectivo:               | I Ciclo 2021                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Naturaleza:                    | Teórico/Práctico                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Modalidad:                     | Presencial remoto                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Horas presenciales:            | 3                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Horas totales semanales:       | 8                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Horario:                       | Jueves 9:00 -12:00 SUA<br>Jueves 13:00 – 16:00 SUA<br>Jueves 8:00 - 9:00 a.m. SUA<br>Jueves 16:00 – 17:00 SUA<br>Martes 18:00 – 21:00 COD EGC<br>Miércoles 18:00 -21:00 COD EGC<br>Jueves : 18:00-21:00 COD EGC<br>Lunes : 8:00 COD EH<br>Lunes : 1:00 COD EH       |
| Hora de atención a estudiantes |                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Nombre del académico (a):      | MAG. Enrique Gamboa Castro Lic, Campus Omar Dengo<br>MBA Elvis Hernández Campus Omar Dengo<br>MSc. Karla Miranda Benavides, Sede Interuniversitaria Alajuela<br>MSc Gaudy Prendas, Sede Interuniversitaria Alajuela<br>MSc. Ronald Borbón Sandí, Sede Región Brunca |

***"Debido a la situación generada por la pandemia del COVID-19 y tomando en cuenta el acuerdo UNA-CONSACA-ACUE-216-2020 y el acuerdo del Consejo de la Escuela de Administración, UNA-EA-ACUE-003-2021, donde se establece que durante el primer ciclo de 2021 las clases se estarán desarrollando bajo la modalidad de presencialidad remota con el apoyo de entornos virtuales de aprendizaje, el desarrollo de los contenidos se llevará a cabo en el horario del curso de manera sincrónica. Las presentaciones y explicaciones teóricas se realizarán mediante la plataforma TEAMS , MEET, ZOOM***

***En esta Universidad nos comprometemos a prevenir, investigar y sancionar el hostigamiento sexual entendido como toda conducta o comportamiento físico, verbal, no verbal escrito, expreso o implícito, de connotación sexual, no deseado o molesto para quien o quienes lo reciben, reiterado o aislado. Si usted está siendo víctima de hostigamiento diríjase a la Fiscalía de Hostigamiento Sexual de la UNA o llame al teléfono: 2277-3961.***

## 2. Descripción del Curso:

El curso facilita el aprendizaje de los conceptos y aplicaciones del mercadeo dentro de un entorno global. Este curso le permitirá al estudiantado dominar los conceptos de mercadotecnia moderna, los modelos de comportamiento del consumidor, elementos de la investigación de mercados, los sistemas de información gerencial, la escala de necesidades y deseos del consumidor; en procura del bienestar de los consumidores, usuarios de los servicios, talento organizacional y accionistas.

## 3. Objetivo General:

Contribuir con la formación profesional de las personas estudiantes de la carrera de Administración, desarrollando las competencias fundamentales del área de mercadeo que se ejecutan en gestión de las organizaciones, por medio del estudio de los contenidos en el área de mercadeo, que les faculte para competir en un entorno global.

## 4. Objetivos Específicos:

- Describir el proceso de marketing y su importancia en la Administración.
- Explicar la función de marketing en la planeación estratégica de una organización.
- Comprender la importancia del análisis del entorno para la elaboración de estrategias exitosas de marketing.
- Aplicar técnicas de segmentación de mercados y su relevancia en el diseño de productos, servicios y definición de estrategias de marketing.
- Explicar los diferentes canales de marketing y su relevancia para las organizaciones.
- Diseñar estrategias de fijación de precios para empresas de productos o servicios.
- Explicar las diferentes herramientas promocionales.
- Diseñar un plan de marketing exitoso para empresas de productos o servicios.

## 1. CONTENIDO PROGRAMÁTICO:

- **Tema 1 Marketing: Creación de valor y compromiso del cliente**
  - Concepto de marketing
  - Comprensión del mercado y las necesidades de los clientes
  - Diseño de una estrategia de marketing orientada a crear valor para el cliente.
  - Captación de valor de los clientes
  - El cambiante panorama de marketing
- **Tema 2 Empresa y estrategia de marketing**
  - Planeación de estrategia integral de la compañía.
  - Planeación de marketing.
  - Estrategia de marketing y mezcla de marketing.
  - Administración de las actividades de marketing.
- **Tema 3 Análisis del entorno de marketing**
  - El microentorno.
  - El macroentorno.

- Respuesta al entorno de marketing.
- **Tema 4 Comportamiento de compra de los consumidores y de los negocios**
  - Comportamiento de compra del consumidor
  - El proceso de decisión del comprador
  - Mercados de negocios y comportamiento de compra de los negocios
- **Tema 5 Estrategia de marketing orientada al cliente: creación de valor para los clientes meta**
  - Segmentación del mercado.
  - Selección del mercado meta.
  - Diferenciación y posicionamiento.
- **Tema 6 Productos, servicios y marcas, creación de valor para el cliente**
  - Definición de producto
  - Decisiones sobre productos y servicios
  - Marketing de servicios
  - Estrategia de asignación de marcas: creación de marcas
- **Tema 7 Desarrollo de nuevos productos.**
  - Estrategia de desarrollo de nuevos productos
  - El proceso de desarrollo de nuevos productos
  - Estrategias del ciclo de vida de los productos
- **Tema 8 Fijación de precios**
  - Definición de precio
  - Principales estrategias de fijación de precios
  - Factores internos y externos que afectan las decisiones de fijación de precios.
  - Estrategias de fijación de precios de nuevos productos
  - Estrategias de fijación de precios de una mezcla de productos
- **Tema 9 Canales de marketing: entrega de valor para el cliente.**
  - Canales de distribución
  - Naturaleza e importancia de los canales de marketing
  - Comportamiento y organización del canal
  - Decisiones de diseño de canal
  - Decisiones de administración del canal
- **Tema 10 Comunicar el valor a para el cliente: Publicidad y Relaciones públicas**
  - La mezcla de promoción
  - Comunicaciones integradas de marketing
  - Publicidad
  - Relaciones públicas
- **Tema 11 Ventas personales y promoción de ventas**
  - Ventas personales
  - Administración de la fuerza de ventas
  - Ventas mediante herramientas en línea, móviles y redes sociales
  - El proceso de ventas personales

- Promoción de ventas
- **Tema 12 Marketing digital y Redes sociales**
  - Marketing digital
  - Formas de marketing digital
  - Redes Sociales
- **Tema 13 Marketing sustentable**
  - Concepto de marketing sustentable y mercadeo verde
  - Efecto del marketing sustentable
  - Acciones de los consumidores para promover el marketing sustentable.
  - Acciones de los negocios encaminadas al marketing sustentable.
- **Tema 14 El plan de mercadeo y Desarrollo de Producto o servicios nuevo (Expo Mercadeo)**

La propuesta se puede trabajar con el desarrollo de un producto de una mipyme que requiera apoyo y además se puede presentar alguna propuesta para un producto o servicio nuevo.

- Elementos del plan de marketing
- Temas del plan de mercadeo y desarrollo de producto: energías renovables, mercadeo político, marketing digital, promoción de la salud, responsabilidad social eje empresarial, ambiente y sostenibilidad, mercadeo sustentable, ética en el marketing.

#### **1.1. Artículo científico sobre un plan de mercadeo**

En equipos de trabajo conformados en clase para el desarrollo del producto o servicio nuevo, se debe desarrollar un artículo científico de la investigación realizada, con el apoyo de la persona docente quien será el coordinador del trabajo para el cual se debe utilizar la estructura facilitada para el desarrollo de la publicación. Los artículos con las calificaciones más altas serán remitidos como propuestas para publicación.

#### **1.2. Plan de Mercadeo y Desarrollo de Producto o servicios nuevo**

El curso requiere desarrollar un Plan de Mercadeo para un producto o una mipyme como trabajo final, donde se apliquen los conceptos aprendidos durante el curso. El trabajo debe desarrollarse en equipos de conformados en clase. El plan deberá apegarse a la estructura facilitada por el profesor, subir el documento escrito al aula virtual y la presentación a utilizar en la exposición, esto en la fecha indicada en el programa de curso.

##### **1.2.1. Formato del trabajo escrito**

- Portada del documento.
- Tabla de contenido.

1. Resumen ejecutivo
2. Análisis de la situación
  - 2.1. Descripción de la organización
    - 2.1.1. Reseña histórica
    - 2.1.2. Misión, visión, valores, objetivos empresariales
    - 2.1.3. Productos o servicios que comercializa
  - 2.2. Descripción de tendencias del mercado
  - 2.3. Análisis FODA
  - 2.4. Análisis de los competidores
3. Estrategias de marketing
  - 3.1. Objetivos de marketing
  - 3.2. Mercado meta
  - 3.3. Estrategias del mix de marketing
    - 3.3.1. Estrategias de producto
    - 3.3.2. Estrategias de precio
    - 3.3.3. Estrategias de distribución
    - 3.3.4. Estrategias de comunicación integral de marketing
4. Calendario de actividades de marketing
5. Presupuesto de marketing
6. Control del plan de marketing
7. **Bibliografía**
  - 7.1. Cada equipo deberá investigar en las bases de datos en línea de la Universidad Nacional, un artículo científico o una tesis sobre un Plan de Mercadeo e incorporar algunos de los hallazgos de interés del artículo como parte del Plan presentado
8. Anexos

## **6. METODOLOGIA**

La metodología del curso se realizará por medio de sesiones de trabajo presencial remoto con apoyo de tecnologías, y se utilizarán una serie de estrategias metodológicas tales como: aula invertida, comprobaciones de lectura, estudio y resolución de casos, investigaciones individuales y grupales, entre otras, en las cuales se requiere una participación activa del estudiantado, lo cual facilitará el abordaje de los contenidos y el cumplimiento de los objetivos del curso.

En cada una de las temáticas, el profesor desarrollará los temas con base en el cronograma definido para el curso, a partir de la información facilitada se asignarán lecturas complementarias y otras actividades que el estudiante debe completar como parte de las horas de estudio independiente.

Este curso utiliza las comprobaciones de lectura como parte de la estrategia de evaluación, por lo que será responsabilidad del estudiantado realizar las lecturas asignadas para completar satisfactoriamente las actividades asignadas.

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
CAMPUS OMAR DENGO  
SEDE INTERUNIVERSITARIA DE ALAJUELA  
SEDE REGIÓN BRUNCA**

La asistencia a las sesiones remotas es obligatoria. La asistencia se valorará como parte del rubro de participación del estudiante.

**7. EVALUACION**

| Rubro a evaluar                                                                                       | Valor porcentual |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Asignaciones (lecturas, estudios de caso)                                                             | 20 %             |
| I Evaluación Parcial                                                                                  | 15 %             |
| II Evaluación Parcial (artículo científico)                                                           | 15 %             |
| III Evaluación Final -Plan de Mercadeo o producto nuevo (trabajo escrito 25% y exposición remota 15%) | 40 %             |
| Asistencia (actividades en clase y trabajo asincrónico)                                               | 10 %             |
| <b>Total</b>                                                                                          | <b>100 %</b>     |

**8. CRONOGRAMA**

| Nº sesión | Fecha                 | Aprendizajes integrales           | Actividades                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Evaluación        |
|-----------|-----------------------|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| 1         | Del 8 al 12 de marzo  | Introducción a temas de Mercadeo  | Presentación de la persona docente y del estudiantado<br>Lectura del programa<br>Aprobación del programa<br>Introducción a temáticas de Mercadeo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                   |
| 2         | Del 15 al 19 de marzo | Empresa y estrategia de marketing | <p>Recursos</p> <p>Explicación de la unidad de estudio por parte de la persona docente de forma asincrónica<br/>Material complementario.<br/>Chat de aclaración de dudas<br/>Se utilizará la plataforma remota acordada</p> <p>Actividades</p> <p>El estudiante debe repasar el material facilitado por la persona docente. Las tareas y actividades evaluativas se explicarán mediante consignas detalladas en el aula virtual. La persona estudiante debe estar pendiente del trabajo asignado semanalmente.</p> | <b>Asignación</b> |

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
CAMPUS OMAR DENGÓ  
SEDE INTERUNIVERSITARIA DE ALAJUELA  
SEDE REGIÓN BRUNCA**

|   |                           |                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                            |            |
|---|---------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3 | Del 22 al 26 marzo        | Análisis del entorno del marketing           | Recursos                                                                                                                                                                                                                                                                   |            |
|   |                           |                                              | <p>Explicación de la unidad de estudio por parte de la persona docente de forma sincrónica</p> <p>Material complementario.</p> <p>Chat de aclaración de dudas</p> <p>Se utilizará la plataforma remota acordada</p>                                                        |            |
| 4 | 29 de marzo al 2 de abril | Semana Santa                                 | Actividades                                                                                                                                                                                                                                                                |            |
|   |                           |                                              | <p>El estudiante debe repasar el material facilitado por la persona docente.</p> <p>Las actividades de la sesión se explicarán mediante consignas detalladas en el aula virtual. La persona estudiante debe completar el trabajo asignado para esta semana</p>             |            |
| 5 | Del 5 al 9 de abril       | Comportamiento de compra del consumidor      | Recursos                                                                                                                                                                                                                                                                   |            |
|   |                           |                                              | <p>Explicación de la unidad de estudio por parte de la persona docente de forma asincrónica</p> <p>Material complementario.</p> <p>Chat de aclaración de dudas</p> <p>Se utilizará la plataforma remota acordada</p>                                                       |            |
| 6 | Del 12 al 16 de abril     | Estrategia de marketing orientada al cliente | Actividades                                                                                                                                                                                                                                                                | Asignación |
|   |                           |                                              | <p>El estudiante debe repasar el material facilitado por la persona docente.</p> <p>Las tareas y actividades evaluativas se explicarán mediante consignas detalladas en el aula virtual. La persona estudiante debe estar pendiente del trabajo asignado semanalmente.</p> |            |
| 6 | Del 12 al 16 de abril     | Estrategia de marketing orientada al cliente | Recursos                                                                                                                                                                                                                                                                   |            |
|   |                           |                                              | <p>Explicación de la unidad de estudio por parte de la persona docente de forma sincrónica</p> <p>Material complementario.</p> <p>Chat de aclaración de dudas</p>                                                                                                          |            |

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
CAMPUS OMAR DENGÓ  
SEDE INTERUNIVERSITARIA DE ALAJUELA  
SEDE REGIÓN BRUNCA**

|   |                       |                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |
|---|-----------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|   |                       |                                                      | <p>Se utilizará la plataforma remota acordada</p> <p>Actividades</p> <p>El estudiante debe repasar el material facilitado por la persona docente.</p> <p>Las actividades de la sesión se explicarán mediante consignas detalladas en el aula virtual. La persona estudiante debe completar el trabajo asignado para esta semana</p>                                                                                                                                                                                                |  |
| 7 | Del 19 al 23 de abril | Productos, Servicios Marketing de Servicios y marcas | <p>Recursos</p> <p>Explicación de la unidad de estudio por parte de la persona docente de forma asincrónica</p> <p>Material complementario.</p> <p>Chat de aclaración de dudas</p> <p>Se utilizará la plataforma remota acordada</p> <p>Actividades</p> <p>El estudiante debe repasar el material facilitado por la persona docente.</p> <p>Las tareas y actividades evaluativas se explicarán mediante consignas detalladas en el aula virtual. La persona estudiante debe estar pendiente del trabajo asignado semanalmente.</p> |  |
| 8 | Del 26 al 30 de abril | Desarrollo de nuevos productos                       | <p>Recursos</p> <p>Explicación de la unidad de estudio por parte de la persona docente de forma sincrónica</p> <p>Material complementario.</p> <p>Chat de aclaración de dudas</p> <p>Se utilizará la plataforma remota acordada</p> <p>Actividades</p> <p>El estudiante debe repasar el material facilitado por la persona docente.</p> <p>Las actividades de la sesión se explicarán mediante consignas detalladas en el aula virtual. La</p>                                                                                     |  |

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
CAMPUS OMAR DENGÓ  
SEDE INTERUNIVERSITARIA DE ALAJUELA  
SEDE REGIÓN BRUNCA**

|    |                      |                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                   |
|----|----------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
|    |                      |                                    | persona estudiante debe completar el trabajo asignado para esta semana                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                   |
| 9  | Del 3 al 7 de mayo   | Estrategias de fijación de precios | <p><b>Recursos</b></p> <p>Explicación de la unidad de estudio por parte de la persona docente de forma asincrónica<br/>Material complementario.<br/>Chat de aclaración de dudas<br/>Se utilizará la plataforma remota acordada</p> <p><b>Actividades</b></p> <p>El estudiante debe repasar el material facilitado por la persona docente. Las tareas y actividades evaluativas se explicarán mediante consignas detalladas en el aula virtual. La persona estudiante debe estar pendiente del trabajo asignado semanalmente.</p> | <b>Asignación</b> |
| 10 | Del 10 al 14 de mayo | Publicidad y relaciones públicas   | <p><b>Recursos</b></p> <p>Explicación de la unidad de estudio por parte de la persona docente de forma sincrónica<br/>Material complementario.<br/>Chat de aclaración de dudas<br/>Se utilizará la plataforma remota acordada</p> <p><b>Actividades</b></p> <p>El estudiante debe repasar el material facilitado por la persona docente.</p> <p>Las actividades de la sesión se explicarán mediante consignas detalladas en el aula virtual. La persona estudiante debe completar el trabajo asignado para esta semana</p>       |                   |
| 11 | Del 17 al 21 de mayo | Canales de marketing               | <p><b>Recursos</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Asignación</b> |

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
CAMPUS OMAR DENGO  
SEDE INTERUNIVERSITARIA DE ALAJUELA  
SEDE REGIÓN BRUNCA**

|    |                      |                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                   |
|----|----------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
|    |                      |                                         | <p>Explicación de la unidad de estudio por parte de la persona docente de forma asincrónica<br/>Material complementario.<br/>Chat de aclaración de dudas<br/>Se utilizará la plataforma remota acordada</p> <p>Actividades</p> <p>El estudiante debe repasar el material facilitado por la persona docente. Las tareas y actividades evaluativas se explicarán mediante consignas detalladas en el aula virtual. La persona estudiante debe estar pendiente del trabajo asignado semanalmente.</p>           |                   |
| 12 | Del 24 al 28 de mayo | Ventas personales y promoción de ventas | <p>Recursos</p> <p>Explicación de la unidad de estudio por parte de la persona docente de forma sincrónica<br/>Material complementario.<br/>Chat de aclaración de dudas<br/>Se utilizará la plataforma remota acordada</p> <p>Actividades</p> <p>El estudiante debe repasar el material facilitado por la persona docente.</p> <p>Las actividades de la sesión se explicarán mediante consignas detalladas en el aula virtual. La persona estudiante debe completar el trabajo asignado para esta semana</p> |                   |
| 13 | Del 7 al 11 de junio | Marketing digital y Redes Sociales      | <p>Recursos</p> <p>Explicación de la unidad de estudio por parte de la persona docente de forma asincrónica<br/>Material complementario.<br/>Chat de aclaración de dudas<br/>Se utilizará la plataforma remota acordada</p> <p>Actividades</p>                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>Asignación</b> |

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
CAMPUS OMAR DENGO  
SEDE INTERUNIVERSITARIA DE ALAJUELA  
SEDE REGIÓN BRUNCA**

|    |                       |                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
|----|-----------------------|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|    |                       |                              | El estudiante debe repasar el material facilitado por la persona docente. Las tareas y actividades evaluativas se explicarán mediante consignas detalladas en el aula virtual. La persona estudiante debe estar pendiente del trabajo asignado semanalmente.                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |
| 14 | Del 14 al 18 de junio | Marketing sustentable        | <p><b>Recursos</b></p> <p>Explicación de la unidad de estudio por parte de la persona docente de forma asincrónica<br/>Material complementario.<br/>Chat de aclaración de dudas<br/>Se utilizará la plataforma remota acordada</p> <p><b>Actividades</b></p> <p>El estudiante debe repasar el material facilitado por la persona docente. Las tareas y actividades evaluativas se explicarán mediante consignas detalladas en el aula virtual. La persona estudiante debe estar pendiente del trabajo asignado semanalmente.</p> |  |
| 15 | Del 21 al 25 de junio | <b>II Evaluación Parcial</b> | <p><b>Recursos</b></p> <p>Explicación de la unidad de estudio por parte de la persona docente de forma sincrónica<br/>Material complementario.<br/>Chat de aclaración de dudas<br/>Se utilizará la plataforma remota acordada</p> <p><b>Actividades</b></p> <p>El estudiante debe repasar el material facilitado por la persona docente.</p> <p>Las actividades de la sesión se explicarán mediante consignas detalladas en el aula virtual. La persona estudiante debe completar el trabajo asignado para esta semana</p>       |  |

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
CAMPUS OMAR DENGO  
SEDE INTERUNIVERSITARIA DE ALAJUELA  
SEDE REGIÓN BRUNCA**

|    |                               |                             |                                                                                    |               |
|----|-------------------------------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 16 | Del 28 de junio al 1 de julio | <b>Evaluaciones finales</b> | Las instrucciones para el examen final serán dadas por parte de la persona docente | Expo Mercadeo |
| 17 | Del 5 al 9 de junio           | Entrega de promedios        | Entrega de promedios                                                               |               |
| 18 | -Del 12 al 16 de julio        | Examen extraordinario       | Evaluación extraordinaria                                                          |               |

## 9. RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS

- Best, R. J. (2007). *Marketing estratégico* (4 ed.). Madrid: Pearson Educación.
- Cámara Ibáñez, D., & Sanz Gómez, M. (2001). *Dirección de ventas vender y fidelizar en el nuevo milenio*. Madrid: Prentice Hall.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2010). *Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing* (4 ed.). México: Pearson Educación.
- Cruz Herradón, A. (2009). *Marketing electrónico para PYMES. Como vender y promocionarse en Internet*. España: RA-MA.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia* (4 ed.). México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (14 ed.). Mexico: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de Marketing* (14 ed.). México: Pearson Educación.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). *Marketing* (11 ed.). México: Cengage Learning.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de Servicios, personal, tecnología y estrategia* (6 ed.). México: Pearson Educación.
- Russell, T., Lane, R., & Whitehill King, K. (2005). *Publicidad* (16 ed.). México: Pearson Education.
- Solomon, M. R. (2008). *Comportamiento del consumidor* (7 ed.). México: Pearson Educación.
- Wilcox, D., Cameron, G., & Xifra, J. (2012). *Relaciones públicas Estrategias y tácticas* (10 ed.). Madrid: Pearson Education.

### 9.1. Documentales y otros

- Borte, D. Spaulding, A. Mankoff, D. Zea, K. (Productores) y Borte, D. (Director). (2009). "The Joneses" (Película). Estados Unidos: Premiere Picture-Echo Lake Productions
- Amer, K. Noujaim, J. (Directores) y Kos, P. Dreyfous, G. Korin J. (Productores) "Nada es Privado" (Documental). Estados Unidos: Netflix

### 9.2. Bases de Datos:

EBSCOHOST: [https://web-a-ebSCOhost-com.una.idm.oclc.org/start?key=10.83.8.66\\_8000\\_1808698384&site=ehost&defaultdb=asn](https://web-a-ebSCOhost-com.una.idm.oclc.org/start?key=10.83.8.66_8000_1808698384&site=ehost&defaultdb=asn)

UNED: [http://aleph23.uned.ac.cr/F/NA9EU45MY12M45BDKYAE815EM2F71T959G3LM1RG13L2X9KAU1-45616?&pds\\_handle=GUEST](http://aleph23.uned.ac.cr/F/NA9EU45MY12M45BDKYAE815EM2F71T959G3LM1RG13L2X9KAU1-45616?&pds_handle=GUEST)

Science Direct: <https://una.idm.oclc.org/login?url=http://www.sciencedirect.com/>

Biblioteca Digital Mundial: <http://www.wdl.org/>

Science: <https://una.idm.oclc.org/login?url=http://isiknowledge.com/>

---

FORMATO PARA ARTÍCULO CIENTÍFICO

---

**Título**

Autores del artículo

**RESUMEN (300 palabras)**

**ABSTRACT (traducción)**

**Palabras clave:**

**Keywords:**

1. INTRODUCCIÓN
2. REFERENTES TEÓRICOS
3. METODOLOGÍA
4. ANÁLISIS DE DATOS
5. RESULTADOS
6. CONCLUSIONES
7. BIBLIOGRAFÍA

