



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
 FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
 PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN
 Sistema Escolarizado
 Programa de Estudios de la asignatura



FCA UNAM - NESTLÉ

“El consumo en México y sus rutas de mercado”

Clave 0666	Semestre 5° - 8°	Créditos 8	Campo de conocimiento: Administración avanzada	
			Eje de formación: Profesionalización	
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Seminario () Otros (especificar)		Tipo	T (X) P () T/P ()
Carácter	Obligatorio ()	Optativo (X)	Horas	
	Obligatorio E ()	Optativo E (X)		
Duración (Número de semanas)	16		Semana	Semestre
			Teóricas: 4	Teóricas: 64
			Prácticas: 0	Prácticas: 0
			Total 4	Total 64
Seriación				
Ninguna (X)				
Obligatoria ()				
Asignatura antecedente				
Asignatura subsecuente				
Indicativa ()				
Asignatura antecedente				
Asignatura subsecuente				

Objetivo general:

El alumno será capaz de comprender la comercialización en el mercado de consumo en México, así como las estrategias que desarrollan las empresas para llegar al consumidor final, comprendiendo las diferentes rutas de mercado y la construcción de la relación comercial.

Índice temático			
Unidad	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	El consumidor mexicano	12	0
2	El mercado detallista (retail) y fuera de casa (OOH)	14	0
3	Lanzamiento de un producto en distintas rutas de mercado	12	0
4	Rutas de distribución para llegar al mercado	16	0
5	Competencias laborales y la relación comercial	10	0
Subtotal		64	0
Total		64	

Estrategias didácticas
<ul style="list-style-type: none"> ◦ Exposición ◦ Trabajo en equipo ◦ Lecturas ◦ Trabajo de investigación ◦ Aprendizaje por proyectos ◦ Aprendizaje basado en problemas ◦ Casos de enseñanza

Evaluación del aprendizaje	
<ul style="list-style-type: none"> ◦ Exámenes parciales ◦ Examen final ◦ Trabajos y tareas ◦ Presentación de tema ◦ Participación en clase ◦ Rúbricas ◦ Portafolios 	
Perfil profesiográfico del docente	
Título o grado	Licenciatura en Administración o equivalente. Es deseable contar con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de 2 años en educación media superior, superior o posgrado, en áreas de administración y relacionadas.
Otras características	Conocimientos en el comercio detallista y mercados fuera de casa, con visión estratégica, liderazgo y toma de decisiones. Para profesores(as) de nuevo ingreso:

	<p>Haber aprobado el “Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)” que imparte la Facultad de Contaduría y Administración, así como cubrir satisfactoriamente los requisitos impuestos por el departamento de selección y reclutamiento de la Facultad de Contaduría y Administración.</p> <p>Para profesores(as) que ya imparten clases en la Facultad: Haber participado recientemente en cursos de actualización docente y de actualización disciplinar con un mínimo de 20 horas.</p>
--	---

Bibliografía básica	
	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Salvio, F. (2017). <i>La preventa comercial</i>. México: Trillas. ◦ Woodburn, D. (2019). <i>El managment de las cuentas clave</i>. Buenos Aires: Ediciones Granica. ◦ Mercado, S. (2014). <i>Canales de distribución y logística</i>. 2a edición. México: Pac Publicaciones Administrativas Y Contables Jurídicas. ◦ Turletti, P. (2019). <i>El ROI de marketing y ventas: calculo y utilidad nuevo estándar de rendimiento</i>. México: Alfaomega, ESIC. ◦ Vasquez, R. & Trespacios, J. (2006). <i>Estrategias de Distribución Comercial</i>. España: Thomson. ◦ Schnarch, A. (2021). <i>Desarrollo de Nuevos Productos y Empresas. Creatividad, Innovación y Marketing</i> 7ª Edición México: Mc Graw Hill. ◦ Schiffman, L. (2010). <i>Comportamiento del consumidor</i>. México: Pearson Educación.

Bibliografía complementaria	
	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Muñoz, R., (2017). <i>Seis canastas para innovar</i>. México: Grijalbo. ◦ Rivas, A. & Grande, E. (2013). <i>Comportamiento del consumidor. Decisiones y estrategia de marketing</i>. 7a edición, México: ESIC. ◦ Godin, Seth (2019). <i>La vaca púrpura: Diferénciate Para Transformar Tu Negocio</i>. México: Booket Paidos México. ◦ Pinto, S. (2009). <i>Los procesos de compra y la negociación con proveedores</i>. España: FC Editorial. ◦ Cuthbertson, C. (2007). <i>Retail Strategy</i>. Estados Unidos: Taylor and Francis. ◦ Knights, M. (2019). <i>Omnichannel Retail. How to build winning stores in a digital world</i>. Estados Unidos: Kogan Page. ◦ Malhotra, D. & Bazerman, M., (2013). <i>Negotiaion Genius</i>. Estados Unidos: Bantam New York.