

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

C.R.O.

PROGRAMA DE MERCADEO I

I SEMESTRE, 1989 (XN-3004)

Prof. Lic. Edgar Araujo Aguilar

1. Concepto de Mercadeo.
2. El medio ambiente de la mercadotecnia
3. La mezcla de mercadeo
4. Los mercados de consumo y la conducta del comprador
5. Segmentación de mercado; Nuevos criterios
6. Aritmética de mercadeo
7. Elementos de mercadeo:
 - a. Precio
 - b. Publicidad
 - c. Canales de distribución
 - d. Producto
 - e. Fuerza de ventas
 - f. Otros elementos de mercadeo
8. Formulación de una estrategia y esquema para INVESTIGACION DE MERCADO

NOTA: El orden de los temas podrá variarse a juicio del profesor.

EVALUACION:

Trabajos escritos individuales o en grupos.

Dos exámenes parciales.

BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

Kotler, Philip. Dirección de Mercadotecnia, análisis, planeación y control.