
	UNIVERSIDAD NACIONAL DE ITAPÚA – U.N.I. <i>Creada por Ley N°:1.009/96 del 03/12/96</i> Facultad de Ingeniería	
PROGRAMA DE ESTUDIOS		

Materia:	Marketing		Semestre:	Noveno
Ciclo:	Ingeniería Informática			
Código:	319			
Horas Semanales:	Teóricas:	3		
	Prácticas:	-		
	Laboratorio:	-		
Horas Semestrales:	Teóricas:	48		
	Prácticas:	-		
	Laboratorio:	-		
Pre-Requisitos:	Fundamentos de la Administración, Tecnologías Emergentes de la Programación			

I - OBJETIVOS GENERALES

Los objetivos de esta materia es potenciar en el alumno las capacidades de:

1. Manejar los principios de la comercialización
2. Conocer las técnicas y modelos de comercialización emergente

II. CONTENIDOS PROGRAMÁTICOS

Unidad I: Naturaleza del marketing

Unidad II: Identificación y Selección de Mercados

Unidad III: Extensión de Marketing

III. BIBLIOGRAFÍA

Stanton, W.J., Etzel, M.J., Walker, B.J. (2007). Fundamentos de Marketing. 14ta. ed. Mc Graw Hill.

Kotler, P., Armstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing. 8va. ed. Pearson Educación

Kotler, P., Armstrong, G. (2012). Marketing. 8va. ed. Pearson Educación

Aprobado por CD N° 065/2015 Fecha: 19/08/2015	Actualización No.: _____ Resolución No.: _____ Fecha: _____	_____ Sello y Firma	Página 1 de 1
--	---	------------------------	---------------