



# **Universidad Autónoma del Estado de México**

## **Licenciatura en Mercadotecnia**

**Programa de estudio de la unidad de aprendizaje:**

### **Redacción y Comunicación**



I. Datos de identificación

Espacio educativo donde se imparte

Licenciatura

Unidad de aprendizaje  Clave

Carga académica      
Horas teóricas Horas prácticas Total de horas Créditos

Período escolar en que se ubica  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

Seriación    
UA Antecedente UA Consecuente

Tipo de UA Curso  Seminario  Laboratorio  Curso taller  Taller  Práctica profesional

Otro tipo de UA, especificar: \_\_\_\_\_

Modalidad educativa:  
Escolarizada. Sistema rígido   
Escolarizada. Sistema flexible   
No escolarizada. Sistema virtual   
No escolarizada. Sistema a distancia   
No escolarizada. Sistema abierto   
Mixta, especificar: \_\_\_\_\_

Formación académica común:  
Administración 2003   
Contaduría 2003   
Informática Administrativa 2003   
Mercadotecnia 2010

Formación académica equivalente:

UA



## II. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

**Núcleo de formación:** Básico

**Área Curricular:** Ciencias Sociales

**Carácter de la UA:** Obligatoria

## III. Objetivos de la formación profesional

### Objetivos del programa educativo

Formar profesionales con un alto sentido de responsabilidad, de ética y de servicio, así como una visión integral para intervenir en las organizaciones, de modo que puedan combinar los recursos humanos, financieros, técnicos y materiales frente a la realidad compleja del mundo globalizado.

El Licenciado en Mercadotecnia contará con las competencias y aprendizajes para:

- Investigar las necesidades o preferencias de los consumidores.
- Analizar el mercado real y potencial para establecer la mezcla de mercadotecnia idónea.
- Aplicar técnicas de reclutamiento, selección, contratación y supervisión de personal.
- Aplicar modelos y técnicas de planeación estratégica de mercadotecnia adecuada.
- Aplicar técnicas de planeación financiera, programación y control de ventas.
- Aplicar técnicas para el posicionamiento y mantenimiento de producto o servicio, y la adecuada distribución del mismo.
- Aplicar técnicas de precios, promoción, fuerza de ventas.
- Importar y exportar productos.
- Aplicar tecnologías de la información y comunicación.
- Desarrollar programas de anuncios promocionales, campañas de publicidad y propaganda.
- Diseñar e implementar pronósticos y presupuestos de ventas.
- Diseñar, analizar e interpretar sistemas de información mercadológicos.
- Elaborar y evaluar proyectos de inversión.
- Gestionar marcas y patentes.
- Operar tecnologías de e-commerce y e-business.
- Realizar investigación administrativa de la teoría de la mercadotecnia.
- Realizar investigación de mercados.



### **Objetivos del núcleo de formación:**

Promover en el alumno/a el aprendizaje de las bases contextuales, teóricas y filosóficas de sus estudios, la adquisición de una cultura universitaria en las ciencias y las humanidades, y el desarrollo de las capacidades intelectuales indispensables para la preparación y ejercicio profesional, o para diversas situaciones de la vida personal y social.

### **Objetivos del área curricular o disciplinaria:**

Aplicar las herramientas y conocimientos de investigación, comunicación e informática y desarrollar una conciencia social, ecológica y emprendedora que le permitan fortalecer su actividad profesional.

## **IV. Objetivos de la unidad de aprendizaje**

### **Objetivo general:**

Desarrollar la habilidad de escritura con base en la lectura y el dominio de una estructura lingüística-discursiva en la redacción de informes y ensayos.

Aplicar el proceso de comunicación oral ante un público, a través de medios masivos y de comunicación grupal.

## **V. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.**

1. Conocer los tipos de lectura y estrategias para su desarrollo.
  - 1.1. Competencias comunicativas.
    - 1.1.1. Escribir, leer, hablar y escuchar
  - 1.2. Lectura
    - 1.2.1. Concepto.
    - 1.2.2. Tipos: exploratoria, de comprensión, crítica y analítica
    - 1.2.3. Estrategias.
2. Habilidades lectoras.
  - 2.1. La composición escrita.



- 2.1.1. El párrafo.
- 2.1.2. Uso de la primera y la tercera persona.
- 2.2. Modelos textuales.
  - 2.2.1. Descriptivos.
  - 2.2.2. Narrativos.
  - 2.2.3. Expositivos
  - 2.2.4. Argumentativos.
- 2.3. Operaciones textuales.
  - 2.3.1. Paráfrasis
  - 2.3.2. Cita textual
  - 2.3.3. Resumen
- 3. Habilidades para la escritura.
  - 3.1. Propiedades textuales.
    - 3.1.1. Coherencia (pragmática y de contenido).
    - 3.1.2. Cohesión.
    - 3.1.3. Adecuación.
    - 3.1.4. Disposición espacial.
    - 3.1.5. Gramática y ortografía.
      - 3.1.5.1. La oración y sus partes.
      - 3.1.5.2. Tipos de enunciados.
      - 3.1.5.3. Verbos.
      - 3.1.5.4. Nexos.
      - 3.1.5.5. Preposiciones.
      - 3.1.5.6. Acentuación.
      - 3.1.5.7. Uso de consonantes de difícil escritura.



#### 4. Textos administrativos y académicos.

##### 4.1. Textos académicos.

4.1.1. El ensayo.

4.1.2. Ponencia.

##### 4.2. Textos administrativos.

4.2.1. Carta y carta comercial.

4.2.2. Oficio.

4.2.3. Memorando.

4.2.4. Circular.

4.2.5. Informe.

4.2.6. Convocatoria.

4.2.7. Currículo.

#### 5. Expresión oral.

##### 5.1. Expresión oral.

5.1.1. Recursos: Reiteración, tonalidad, pausa, léxico.

5.1.2. Limitaciones: Muletillas, repeticiones, volumen, apoyos en el contexto.

##### 5.2. Formas de expresión oral.

5.2.1. Conferencia.

5.2.2. Mesa redonda.

5.2.3. Exposición en clase.

5.2.4. Debate.

5.2.5. Junta directiva.



## VI. Acervo bibliográfico

- Argudín, Yolanda y Luna, María. (2007). *Aprender a pensar leyendo bien*. México, Paidós.
- Basulto, Hilda. (2002). *Ortografía actualizada*. México. Mac Graw-Hill.
- Beristain, Helena. (1999). *Gramática estructural española*. México, UNAM.
- Calsamiglia, Helena y Tusón Valls, Amparo. (2004). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso* Barcelona, Ariel Lingüística.
- Cassany, Daniel. (2000). *Enseñar lengua*. Barcelona, Paidós.
- Cassany, Daniel. (2005). *La cocina de la escritura*. Barcelona, Anagrama.
- Cassany, Daniel. (2006). *Reparar la escritura*. Barcelona, Grao.
- Giménez, Gilberto, (1989). “Discusión actual sobre la argumentación”, *Discurso. Cuadernos de teoría y análisis*, México, UNAM-CCH, Núm. 10, septiembre-diciembre.
- Lomas, Carlos. (1999). *Cómo enseñar a hacer cosas con las palabras. Teoría y práctica de educación lingüística*. Volumen I, Barcelona, Paidós.
- Perelman, C y L. Olbrechts-Tyteca, (1989). *Tratado de argumentación*, Madrid, Gredos.
- Reyzábal, Ma. Victoria. (2001). *La comunicación oral y su didáctica*. Madrid, La muralla.
- Salcedo Aquino, Alejandro. (2001). *De la Comunicación interpersonal al encuentro intercultural*. México, Ediciones Acatlán-UNAM, Serie Filosófica.
- Santասusana, M.Vila. (2005). *El discurso oral formal*. Barcelona, Grao.
- Serafini, Teresa. (2006). *Cómo se escribe*. Barcelona, Paidós.
- Weston, Anthony. (2006). *Las claves de la argumentación*. España, Ariel.