

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA  
PROGRAMA DEL EXAMEN DE GRADO  
MERCADEO  
Bachillerato en Turismo

Nivel Académico: Bachillerato en Turismo

Tipo de Curso: Teórico-Práctico

Modalidad Presencial (**asistencia obligatoria a todos los estudiantes**)

Horas Presenciales Tres en cada una de las semanas que dura el cuatrimestre.

Profesor: Lic. Edgar Salazar Portuguez

*A. Justificación.*

El modelo metodológico utilizado durante el desarrollo y presentación de los temas y sus contenidos del programa, ofrecen a los estudiantes de varios énfasis en Administración, un complemento y a su vez una adaptación del análisis de mercados a nivel gerencial, mismo que les servirá como una herramienta a la hora de toma de decisiones en las estrategias mercadológicas de las empresas de Costa Rica; con ello se pretende motivar la creatividad y manejo de negociaciones en el ámbito mercadológico y publicitario utilizando un nuevo producto empresarial.

*B. Objetivos*

*B.1. General.*

Aplicar las diferentes estrategias de mercadotecnia y el manejo de campañas publicitarias, con el fin de dar a conocer los diferentes productos y servicios al mercado nacional e internacional.

*B.2. Específicos.*

1. Adecuar un complemento de los conocimientos teóricos y prácticos con respecto al mercado adquirido por los estudiantes en la carrera y a su vez adoptar los conceptos, también las definiciones de mercadeo a un nivel más analítico para la toma de decisiones empresariales.
2. Definir los diferentes tipos de campañas publicitarias y la utilización de medios de comunicación para llegar al nicho de mercado deseado.

*C. Contenidos del Programa*

1. Conocimientos básicos de Mercadeo.
  - Bases fundamentales de Mercadeo.
  - Bases fundamentales de Mercadotecnia y la estrategia de la mercadotecnia.
  - Producto, Precio, Plaza y Promoción
  - Definiciones de producto y servicio.
2. Evolución del intercambio centralizado en el mercado.
  - Contraste entre los conceptos de venta y mercadotecnia.