



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.
- Santassusana, 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.