

Propuesta Académica

Inciso	IDIE	Descripción
a)	Título de identificación del Curso	Comunicación Integral de Mercadotecnia en la Educación.
b)	Nivel o modalidad al que está dirigido	Primaria regular, Primaria indígena, Primaria multigrado, Secundaria general y técnica, Telesecundaria y Educación extraescolar
c)	Destinatarios:	Directores y profesores que tengan asignado la gestión y desarrollo de proyectos.
d)	Duración:	40 hrs
e)	Fundamentación:	La comunicación es la base de toda sociedad democrática. La comunicación integral de mercadotecnia si bien es cierto se utiliza de manera común en las empresas, esto no representa que no pueda implementarse en instituciones gubernamentales o educativas. De hecho, todas las herramientas de CIM son utilizadas a diario en todas las áreas pero no de forma estructurada. Las RP, las promociones, la Publicidad entre otras estrategias deben ser utilizadas en las instituciones educativas para una mejor atención de nuestro mercado.
f)	Propósito general:	Proporcionar los conocimientos y desarrollar habilidades para el diseño de estrategias de CIM aplicándolas en las instituciones gubernamentales.
g)	Perfil de ingreso:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos básicos de computo • Conocimientos de administración y mercadotecnia
h)	Perfil de egreso:	El egresado será capaz de implementar herramientas de CIM en mejora de la institución educativa donde labora.
i)	Descripción del programa:	<p>UNIDAD 1.- COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARKETING</p> <p>1.1. DEFINICIÓN.</p> <p>1.2. ELEMENTOS</p> <p>1.3. PROCESO DE COMUNICACIÓN</p> <p>1.4. DISEÑO DE UN PROGRAMA DE CIM</p> <p>UNIDAD 2.- RELACIONES PÚBLICAS (RP)</p> <p>2.1. LOS PUBLICOS</p> <p>2.2. ESTATEGIAS DE RP</p> <p>2.3. MANEJO DE CONTINGENCIAS</p> <p>2.4. PROGRAMA DE RP</p> <p>UNIDAD 3.- PROMOCIÓN DE VENTAS</p> <p>3.1. ESTRATEGIAS DE PROMOCIONES DE VENTA</p> <p>3.2. ¿CÓMO APLICAR LAS PROMOCIONES DE VENTAS EN LA EDUCACIÓN?</p> <p>3.3. PROGRAMA PROMOCIONAL</p> <p>UNIDAD 4.- PUBLICIDAD Y OTROS ELEMENTOS DE CIM</p> <p>4.1. PUBLICIDAD ¿EN LAS ESCUELAS?</p> <p>4.2. ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS</p> <p>4.3. VENTA DIRECTA Y SUS ESTRATEGIAS</p>



UTH. UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE HERMOSILLO.

BLVD. DE LOS SERIS FINAL S/N, PARQUE INDUSTRIAL HERMOSILLO, HERMOSILLO, SONORA.
 TEL. +52(662)251-1100 AL 04 | E-MAIL. rectoría@uthermosillo.edu.mx | www.uthermosillo.edu.mx



Inciso	IDIE	Descripción
		4.4. SERVICIO AL CLIENTE
j)	Perfil de los docentes, instructores o asesores:	Docente con conocimiento pleno y experiencia amplia en a aplicación de CIM en instituciones gubernamentales.
k)	Procedimiento formal de evaluación:	La implementación de un programa de CIM en su área de trabajo.
l)	Requerimientos para la instrumentación:	<ul style="list-style-type: none"> • Aula con mesas y sillas. • Video proyector • Computadora con acceso a internet
m)	Modalidad educativa de trabajo:	Formación continua
n)	Proceso de acreditación:	Todo participante que obtenga el resultado de competente en la evaluación.
o)	Costo:	\$600.00
p)	Número de participantes:	15 min – 20 max.
q)	Designación de responsable académico del programa:	Ing. Miguel Ángel Salazar Candia, Rector de la Universidad Tecnológica de Hermosillo, Sonora rectoría@uthermosillo.edu.mx Blvd. De los Seris Final S/N, Parque Industrial Hermosillo, C.P. 83299, Hermosillo, Sonora
r)	Designación de responsable administrativo del programa:	C.P. Francisco Javier Mendivil Estrada, Secretario de Vinculación de la UTHermosillo, vinculación@uthermosillo.edu.mx Blvd. De los Seris Final S/N, Parque Industrial Hermosillo, C.P. 83299, Hermosillo, Sonora

