

**MK403 COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MERCADOTECNIA**

(8 Créditos)

Características y objetivos del curso:

Introducción a la teoría y la práctica de la comunicación integrada de mercadotecnia que dé un panorama de los desarrollos logrados en este campo para diseñar e integrar un programa de la especialidad dentro de un marco de ética profesional, considerando todos los elementos que permitan al producto o servicio identificar y resolver problemas de imagen corporativa, de actitud crítica analítica y prepositiva ante diferentes escenarios de contingencia e incertidumbre de la comunicación mercadológica.

Al término del curso se espera que el estudiante:

- Conozca y aplique el pensamiento lógico y estratégico para solucionar los problemas de comunicación de mercadotecnia de una organización de forma integradas usando las herramientas disponibles.
  - Diseñe la organización para relaciones publicas, ventas personales, promoción de ventas, publicidad en un departamento de una empresa o como agencia especializada en estas funciones.
  - Desarrolle un entendimiento de las funciones y técnicas de la comunicación integral de mercadotecnia en una sociedad orientada a la información y de corte democrático.
- 