



Universidad de Guadalajara

Centro Universitario del Sur

**Programa de Estudio**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

División

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

Departamento

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Academia

MERCADOTECNIA

Programa(s) educativo(s)

LICENCIATURA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Denominación de la unidad de aprendizaje:

NETWORK MARKETING

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Carga horaria global:	Valor en créditos:
IA131	40	40	80	8

Tipo de curso:		Nivel en que se ubica:	Prerrequisitos:
C = curso		Técnico Medio	Ninguno
CL = curso laboratorio		Técnico Superior	
L = laboratorio		Universitario	
P = práctica		<b>Licenciatura</b>	
T = taller		Especialidad	
CT = curso - taller	X	Maestría	
N = clínica		Doctorado	
M = módulo			
S = seminario			

Área de formación:

Optativa abierta

#### Perfil docente:

Profesional con experiencia académica en el área de Mercadotecnia, Emprendurismo, Mercadotecnia Internacional, Desarrollo de planes de negocio

#### Elaborado por:

Mtro. Enrique Roberto Azpeitia Torres

#### Actualizado por:

Mtro. Enrique Roberto Azpeitia Torres  
Mtra. Isis Bravo Cano

#### Fecha de elaboración:

25 / junio / 2018

#### Fecha de última actualización:

13 / junio / 2023

#### Fecha de última evaluación:

23 / junio / 2023

#### Fecha de aprobación por Colegio Departamental:

### 1. PRESENTACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desde 1940 la comercialización de productos y servicios dio un giro sorprendente al diseñar una forma de comercialización completamente diferente, se trata del "Network Marketing", también conocido como "Ventas Multinivel", "Mercadeo en Redes", "Marketing de Referidos", etc.

El Network Marketing permite tener relaciones muy estrechas entre los "stake holders" que componen su propio ecosistema. Estas interacciones representan un excelente complemento para la formación de distribuidores independientes y vendedores directos .

### 2. OBJETIVO GENERAL/COMPETENCIA

El participante es capaz de diseñar una red de comercialización directa en ámbitos domésticos e internacionales. Así mismo, utiliza sus conocimientos en Administración, Relaciones Económicas Internacionales, Mercadotecnia e Investigación de Mercados con el propósito de diseñar un proyecto de comercialización en donde sus integrantes puedan llegar a ser socios de la misma empresa o diseñar una propia.

### 3. CAMPO DE APLICACIÓN PROFESIONAL DE LOS CONOCIMIENTOS

El participante es capaz de diseñar, producir y comercializar un producto o servicio, además de crear los diferentes canales de comunicación que utilizará para la comercialización de dicho producto o servicio. Así mismo, debe ser capaz de diseñar la infraestructura necesaria para poder distribuir el producto por los diferentes canales de distribución diseñados.

El participante conoce las herramientas para ampliar su red estabilizar y crecer su red de comercialización así como la potencialización de sus integrantes para ser sus propios "dueños " del negocio

### 4. SABERES:

#### Prácticos

Aplicar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos y/o desarrollados en la solución de problemas de mercado que se presentan en las organizaciones públicas o privadas, nacional e internacionalmente, proponiendo un sistema de comercialización multinivel. Desarrollo de una red de comercialización y distribución haciendo uso de las diferentes plataformas digitales.

<b>Teóricos</b>	<p>Conocer las diferentes herramientas para desarrollar un proyecto de negocios como son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrativas.</li> <li>• Logísticas.</li> <li>• Comerciales.</li> <li>• Financieras.</li> </ul> <p>Así mismo, determinar las características de un programa de comercialización en red multinivel (network marketing), desarrollar una cadena de suministro que garantice la oportuna entrega del producto o servicio. Implementar el Marketing mix para el diseño del Marketing Network.</p>
<b>Formativos</b>	Trabajo en equipo siempre actuando con ética, honestidad y profesionalismo

## 5. CONTENIDO TEMÁTICO (TEÓRICO-PRÁCTICO)

### Unidad I Conceptualización del Network Marketing (NWM)

- A. Concepto e historia del NWM.
- B. Características y denominaciones del sistema de NWM.
- C. Aproximación desde el Marketing Mix.
  - Producto.
  - Precio.
  - Plaza.
  - Promoción.
- D. Creación de redes.
- E. Sistema de retribución.
  - Uninivel.
  - Ruptura.
  - Binario.

### Unidad II Estructura de comercialización del NWM

- A. El emprendimiento de la empresa origen del proceso.
  - Características.
  - Diseño del catálogo.
- B. La base del sistema de NWM.
  - El fundador de la red.
  - Captación y retención de asociados.
  - El asociado y sus funciones.
  - Proceso de formación de los asociados.
- C. Los responsables del equipo de ventas.
  - El trabajo piramidal.
  - Estilos de liderazgo.
  - Procesos de comunicación.

### Unidad III Estrategias de comercialización del NWM en la era digital

- A. Estrategias análogas tradicionales.
- B. Fuerzas transformadoras.
- C. Content en el NWM.
- D. Consumidor digital.
- E. Redes sociales.
- F. Comercio electrónico.

#### **Unidad IV Canales de distribución para el NWM**

- A. Canal directo.
- B. Canal indirecto.

#### **Unidad V Internacionalización de la red.**

- A. Identificación de barreras. (Económicas, Políticas, Tecnológicas y Culturales)
- B. Dominio del producto o servicio.
- C. Reconocimiento del mercado (Potencial y Meta).
- D. Comprensión legal del entorno.

#### **Unidad VI Responsabilidad Empresarial**

- A. Valores éticos y morales.
- B. Fraudes en el negocio multinivel.
- C. Estrategia de retribución a la sociedad

### **6. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**

1. Estudio de casos
2. Presentación de ensayos de las lecturas analizadas.
3. Investigación documental utilizando fuentes primarias, secundarias y terciarias.

### **7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE**

<b>8.1. Evidencias de aprendizaje</b>	<b>8.2. Criterios de desempeño</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Reporte de ensayos.</li><li>• Reporte de avances de trabajo final</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Presentación de avances de actividades en tiempo y forma</li><li>• Presentación pública (aula) de los temas indicados.</li><li>• Asistencia y permanencia en clase</li></ul>

### **8. CALIFICACIÓN**

Será en base a las siguientes actividades:

- Rúbricas 20%
- Actividades en plataforma 25%
- Examen departamental 10%
- Formación Integral: 5%
- Documento final 40%
- Total 100%

Para que los 5 puntos de formación integral sean válidos, el alumno debe tener al menos 60 puntos en los demás criterios del apartado de calificación final.

## 9. ACREDITACIÓN

**Periodo ordinario.** De conformidad con el artículo 20 del Reglamento General de Evaluación y Promoción de Alumnos de la Universidad de Guadalajara, para que el alumno tenga derecho al registro del resultado final de la evaluación en el periodo ordinario, establecido en el calendario escolar aprobado por el Consejo General Universitario, se requiere:

- I. Estar inscrito en el plan de estudios y curso correspondiente, y
- II. Tener un mínimo de asistencia del 80% a clases y actividades registradas durante el curso.

**Periodo extraordinario.** De conformidad con el artículo 27 del Reglamento General de Evaluación y Promoción de Alumnos de la Universidad de Guadalajara, para que el alumno tenga derecho al registro de la calificación en el periodo extraordinario, se requiere:

- I. Estar inscrito en el plan de estudios y curso correspondiente.
- II. Haber pagado el arancel y presentar el comprobante correspondiente.
- III. Tener un mínimo de asistencia del 65% a clases y actividades registradas durante el curso.

Se exceptúan de este caso las materias de orden práctico que requerirán la repetición del curso (Art. 23 RGEYPA).

## 10. BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Lugo, A., (2018) **Network Marketing productivo**. Ed. Porrúa, México.

Terazona, Y., (2016) **Network Marketing: Principios Universales para desarrollar exitosamente tu proyecto multinivel de forma profesional**. Ed. Space, México

Santesmases, M., Valderrey, F., Sánchez, A., (2014) **Fundamentos de Mercadotecnia**. Ed. Mc Graw Hill. México

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Yarnell, M. Bates (2017) **Consolide su negocio y crezca en el Network Marketing**. Ed. Taller del éxito. Florida. USA

## 11. RECURSOS COMPLEMENTARIOS (páginas web, mooc's, plataformas, objetos de aprendizaje)

Kahoot, Classroom, páginas web

Firma:

**Dra. Adriana Alcaraz Marín**  
Presidenta de la Academia  
de Mercadotecnia

Vo. Bo.

**Dra. Martha Leticia Rujano Silva**  
Jefa del Departamento de Ciencias  
Económicas y Administrativas