

SECTOR LUCRATIVO	
MICRO	
POSITIVO	NORMATIVO
<b>1) Problemas, teorías, investigaciones sobre:</b> 1. Conducta del consumidor / comprador individual. 2. Cómo se fijan los precios. 3. Cómo se determina la promoción. 4. Cómo se determinan los canales de distribución. 5. Cómo se determinan los productos. 6. Estudio de casos prácticos.	<b>2) Problemas, teorías, investigaciones sobre:</b> 1. Determinación del <i>marketing-mix</i> . 2. Toma de decisiones en precios. 3. Toma de decisiones en productos. 4. Toma de decisiones en promoción. 5. Toma de decisiones en distribución. 6. Control del esfuerzo de marketing. 7. Estrategia de marketing. 8. Gestión de ventas al detalle.
MACRO	
POSITIVO	NORMATIVO
<b>(3) Problemas, teorías, investigaciones sobre:</b> 1. Modelos de consumo agregado. 2. Enfoque institucional del marketing. 3. Aspectos legales del marketing. 4. Marketing comparativo. 5. Eficiencia de los sistemas de marketing. 6. Marketing y desarrollo económico.	<b>4) Problemas, teorías, investigaciones sobre:</b> 1. Cómo puede el marketing ser más eficiente. 2. Si la publicidad es socialmente deseable. 3. Si la soberanía del consumidor es deseable. 4. Si el estímulo de la demanda es deseable. 5. Qué tipo de leyes son las mejores para regular el marketing. 6. Si los sistemas verticales de marketing son deseables.

SECTOR NO LUCRATIVO	
MICRO	
POSITIVO	NORMATIVO
<b>(5) Problemas, teorías, investigaciones sobre:</b> 1. Adquisición de bienes públicos por los consumidores. 2. Cómo determinan precios las organizaciones no lucrativas. 3. Cómo determinan los productos. 4. Cómo determinan la promoción. 5. Cómo determinan la distribución. 6. Estudio de casos prácticos sobre el marketing de bienes públicos.	<b>(6) Problemas, teorías, investigaciones sobre:</b> 1. Determinación del <i>marketing-mix</i> . 2. Toma de decisiones en precios. 3. Toma de decisiones en productos. 4. Toma de decisiones en promoción. 5. Toma de decisiones en distribución. 6. Control del esfuerzo de marketing. 7. Estrategia de marketing. 8. Gestión de ventas al detalle.
MACRO	
POSITIVO	NORMATIVO
<b>(7) Problemas, teorías, investigaciones sobre:</b> 1. El modelo institucional de los bienes públicos. 2. Si la publicidad de los servicios públicos influye en el comportamiento. 3. Si los sistemas de distribución de bienes públicos son eficientes. 4. Cómo son reciclados los bienes públicos.	<b>(8) Problemas, teorías, investigaciones sobre:</b> 1. Si la sociedad ha de permitir a los políticos venderse como productos. 2. Si la demanda de bienes públicos ha de ser estimulada. 3. Si el bajo contenido informativo de la publicidad política es socialmente deseable.