	Agosto		Septiembre				Octubre				Noviembre					Dic.
Tema	23	30	6	13	20	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29	6
Sesión	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Introducción al curso																
Unidad I. El pensamiento																
1.1. Origen de la mercadotecnia y su campo																
1.2. Entre la técnica y																
1.3. El pensamiento científico																
Unidad II. Subjetividad práctica como parte de la																
2.1. Subjetividad práctica en el ejercicio de la																
2.2. Transformación de los mercados: aciertos y																
2.3. Nuevas realidades y estrategias																
Unidad III. El reto por construir conocimiento																
3.1. La ciencia, un asunto de																
3.2. La cacería de razones, más allá de la investigación																
3.3. El dominio de las cosas																
Entrega del ensayo final																