

## Programa de estudios de la asignatura

**Mercadotecnia estratégica**Área de especialización: Mercadotecnia y  
Comunicación

Clave: ME472

**Objetivo general de la asignatura**

Al finalizar el curso, el alumno:

Conocerá las características, ventajas y beneficios del mercado, con el fin de distinguir las directrices de acción en un plan de marketing estratégico para la empresa

## Temas y subtemas

1. El rol de la comercialización en el proceso administrativo.
  - 1.1. La comercialización en las organizaciones.
  - 1.2. Antecedentes.
  - 1.3. Comercialización y marketing.
  - 1.4. Evolución de la comercialización.
  - 1.5. Administración del proceso de comercialización.
2. El mercado y la comercialización.
  - 2.1. Definición de mercado.
  - 2.2. Proceso de toma de decisiones.
  - 2.3. Factores sociales.
  - 2.4. Factores psicológicos.
  - 2.5. El mercado de negocios.
  - 2.6. Identificación de oportunidades de mercado.
  - 2.7. Posicionamiento del producto.
  - 2.8. Ventaja competitiva.
3. Selección de los mercados objetivos.
  - 3.1. Los mercados objetivos.
  - 3.2. Elección de un mercado objetivo.
  - 3.3. La segmentación de mercados.
  - 3.4. Comportamiento de compra del consumidor.
4. Desarrollo de la mezcla de comercialización.
  - 4.1 Definición de comercialización.
  - 4.2. Producto.
  - 4.3. Precio.
  - 4.4. Plaza.
  - 4.5. Promoción.
5. Planeación estratégica y comercialización.
  - 5.1. El concepto de estrategia aplicada a los negocios.
  - 5.2. Estrategias de comercialización.
  - 5.3. La planeación estratégica.
    - 5.3.1. Elementos de la planeación estratégica.
  - 5.4. El plan de marketing.

6. Conceptos básicos de la investigación de mercados y sistemas de información.
  - 6.1. Sistemas de Información.
  - 6.2. Investigación de mercados.
  - 6.3. Pasos de la investigación de mercado.
7. Implementación y control de marketing.
  - 7.1. Implementación de marketing.
  - 7.2. Modelos de control de marketing.
8. Técnica de comunicación personal de ideas.
  - 8.1. Comunicación.
  - 8.2. Publicidad y relaciones públicas.
  - 8.3. Promoción de ventas.
  - 8.4. Ventas personales.
  - 8.5. Definición, importancia y objetivos.
  - 8.6. Ventajas y desventajas.
  - 8.7. Proceso de la venta personal.
  - 8.8. Técnicas de comunicación personal de ideas.