



ADMINISTRACIÓN DE LA MERCADOTECNIA

Introducción Unidad III

INTRODUCCIÓN A LA UNIDAD

El manejo y la aplicación de la mercadotecnia es fundamental en una empresa, de esta derivan diversos elementos que sirven como estrategias para el manejo de la organización dentro del mercado, permitiéndole hacer uso de los recursos enfocados en promover la marca y los productos de manera eficiente.

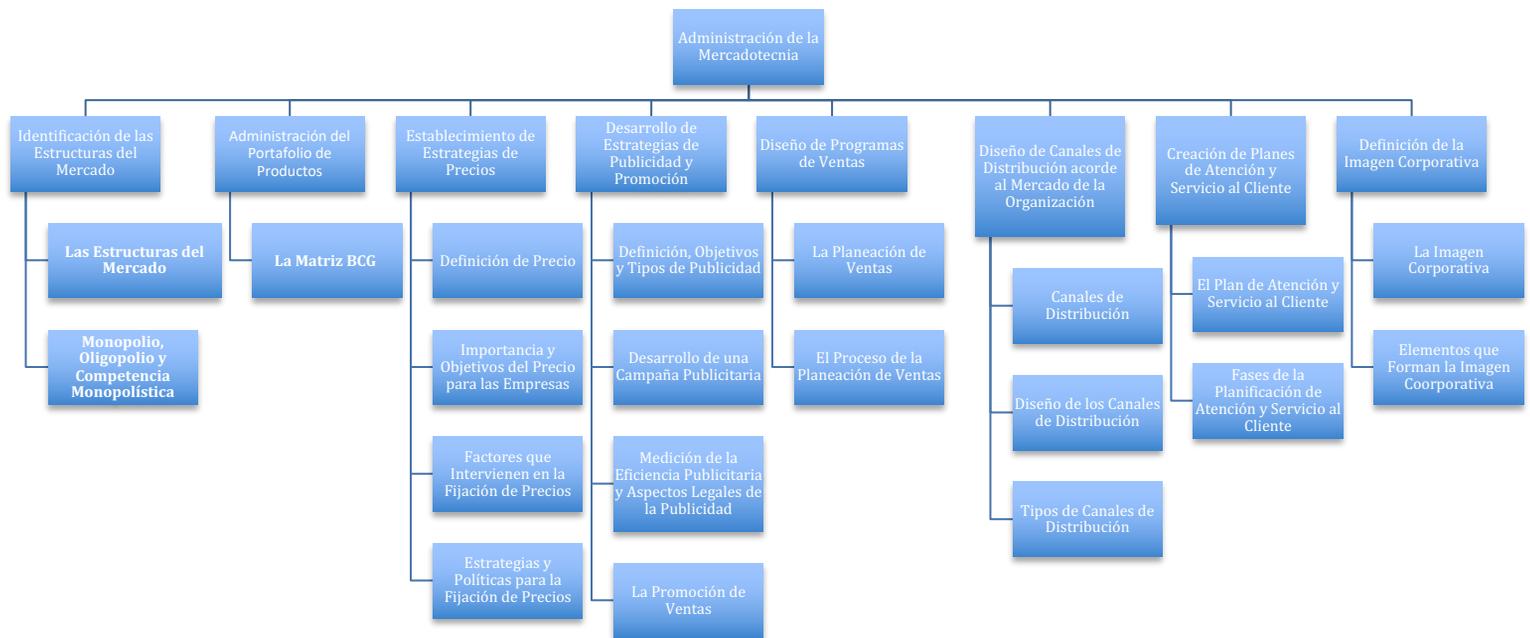
Durante esta unidad, el alumno obtendrá información a través de videos, ejercicios y evaluaciones que le servirán de apoyo para lograr el aprendizaje de los temas vistos.

OBJETIVO DE LA UNIDAD

El alumno obtendrá conocimientos sobre cómo administrar todas las actividades relacionadas con la mercadotecnia para lograr los objetivos de la empresa, identificando los mercados existentes y la competencia, así como analizar diversas estrategias sobre el establecimiento de los precios, la organización de las ventas, la publicidad y los medios de distribución, así como la atención al cliente. Para integrar todos estos conocimientos, el alumno realizará ejercicios prácticos y actividades que le permitan aprender de una manera más sencilla.

Introducción Unidad III

MAPA DE TEMAS



Introducción Unidad III

ACTIVIDADES DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	ACTIVIDAD
Identificación de las Estructuras del Mercado	Monopolio, Oligopolio y Competencia Monopolística	Monopolio y Oligopolio en México
Administración del Portafolio de Productos	La Matriz BCG	Gestión de Portafolio de Productos BCG
Diseño de Programas de Ventas	El Proceso de la Planeación de Ventas	Plan de Ventas

EJERCICIOS DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	EJERCICIO
Identificación de las Estructuras del Mercado	Monopolio, Oligopolio y Competencia Monopolística	Estructuras de Mercado
Administración del Portafolio de Productos	La Matriz BCG	Elementos del Portafolio de Productos
Establecimiento de Estrategias de Precios	Definición de Precio	Establecimiento de Estrategias de Precios
Desarrollo de Estrategias de Publicidad y Promoción	Definición, Objetivos y Tipos de Publicidad	Collage Medios de Publicidad
Creación de Planes de Atención y Servicio al Cliente	Plan de Atención y Servicio al Cliente	Plan de Servicio al Cliente
Definición de la Imagen Corporativa	Imagen Corporativa	Imagen Corporativa

Introducción Unidad III

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

EVALUACIÓN	PUNTOS
Monopolio y Oligopolio en México	5
Gestión de Portafolio de Productos BCG	5
Plan de Ventas	5
Evaluación de la Unidad	5
TOTAL	20