

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE COAHUILA**



DEFINICIÓN

MERCADO TECNIA

UNIDAD I

Introducción Unidad I

INTRODUCCIÓN

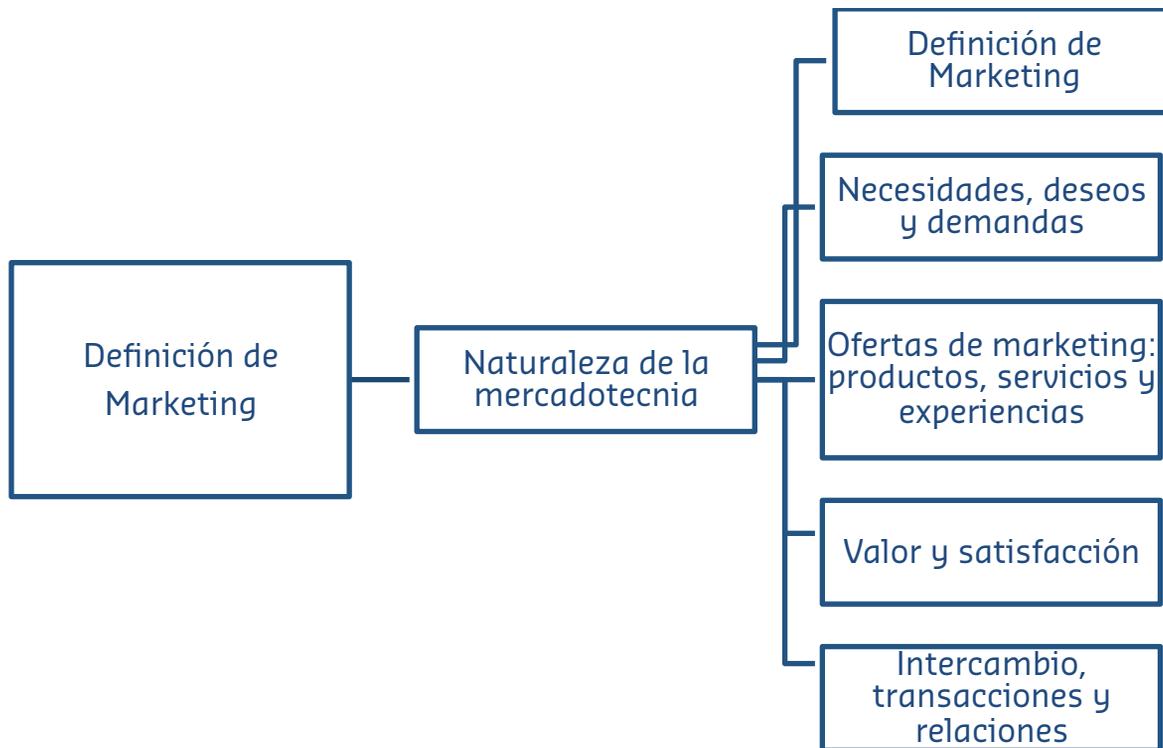
Lo primero que conocerás son los conceptos básicos, así como el proceso de marketing, que van desde entender las necesidades de los clientes, diseñar estrategias y programas impulsados por el cliente, hasta crear relaciones con ellos y crear valor para la empresa. La comprensión de todo esto captará tu atención y podrás decidir si significa para ti lo mismo. Con esto tendrás las bases para los siguientes temas que se verán a lo largo del curso.

OBJETIVO DE LA UNIDAD

El estudiante define en base a conceptos qué es Marketing, además conoce y analiza la importancia de entender a los clientes y los elementos clave de las estrategias de mercado así cómo a su vez conoce como hacer para crear valor y superar las expectativas de los clientes.

Introducción Unidad I

MAPA DE CONTENIDO



EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

EVALUACIÓN	PUNTOS
Actividades Diez Empresas	6
Actividad Relación de Clientes	3
Evaluación Final	6
TOTAL	15

Introducción Unidad I

ACTIVIDADES DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	ACTIVIDAD
Definición del Marketing	Naturaleza de la mercadotecnia.	
	Definición del marketing.	
	Necesidades, deseos y demandas.	
	Ofertas de Marketing: productos, servicios y experiencias.	Diez empresas.
	Valor y Satisfacción.	
	Intercambio, transacciones y relaciones.	Relación clientes.

EJERCICIOS DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	EJERCICIO
Definición del Marketing	Naturaleza de la mercadotecnia.	
	Definición del marketing.	Origen del comercio electrónico en México.
	Necesidades, deseos y demandas.	Necesidades.
	Ofertas de Marketing: productos, servicios y experiencias.	
	Valor y Satisfacción.	
	Intercambio, transacciones y relaciones.	