

Universidad Autónoma de Coahuila

MERCADOTECNIA



Introducción a la Materia

PRESENTACIÓN DE LA MATERIA

Te damos la bienvenida a la materia de Mercadotecnia, la cual es importante dentro de tu formación como licenciado en Administración de Empresas, considerando que aquí podrás conocer, comprender y aplicar estrategias publicitarias y de mercado que son utilizadas por productos y servicios de gran prestigio. Un LAE debe conocer y aplicar conocimientos básicos acerca de marketing, comportamiento del consumidor, los tipos de segmentación de mercados así como el diseño de los productos y/o servicios. Te invitamos a que conozcas todo el contenido que a continuación se te oferta y que a su vez, apliques cada uno de ellos para diseñar estrategias que te permitan sobresalir como un profesional de la administración.

OBJETIVO DE LA MATERIA

El estudiante se introduce al campo de la mercadotecnia con la finalidad de conocer y comprender el marketing que contribuye al cumplimiento eficaz de las metas organizacionales, conociendo y solucionando casos prácticos de organizaciones, lo cual desarrolla en el estudiante la habilidad de proponer estrategias de mercado eficaces.

Introducción a la Materia

CONTENIDO TEMÁTICO

UNIDAD 1

DEFINICIÓN DEL MARKETING

- Naturaleza de la mercadotecnia
 - Definición de marketing.
 - Necesidades, deseos y demandas.
 - Ofertas de marketing: productos, servicios y experiencias.
 - Valor y satisfacción.
 - Intercambio, transacciones y relaciones.

UNIDAD 2

COMPRENSIÓN DEL MERCADO Y DE LOS CONSUMIDORES

- Mercado
- ¿Qué función tiene la investigación de mercado?
- ¿Quién lleva a cabo la investigación de mercado?
- Aplicaciones producto-mercado de la investigación de mercado
- Segmentación de mercado
 - Segmentación de mercados de consumo.
 - Segmentación de mercados corporativos.
 - Segmentación de mercados internacionales.
 - La orientación de la mercadotecnia mejora la planeación de mercado.
 - Opciones de estrategias de segmentación.
 - Criterios que definen los segmentos convenientes.
 - Bases para la segmentación de mercados.
 - Identificación y definición de los segmentos del mercado.
 - Elección de una estrategia de segmentación en el mercado de consumidores.
 - Elección de una estrategia de segmentación en el mercado organizacional.
- Posicionamiento en el mercado: encontrar un nicho seguro

Introducción a la Materia

- Análisis del consumidor
 - El comportamiento del consumidor define los mercados meta y las mezclas de mercadotecnia.
 - Modelo de comportamiento del consumidor.
 - Estímulos que influyen en el comportamiento del consumidor.
 - Cómo influyen las variables interpersonales en el comportamiento del consumidor.
 - Cómo influyen los grupos de referencia en el comportamiento del consumidor.
 - Cómo influyen las variables interpersonales en el comportamiento del consumidor.
 - Cómo toman decisiones los compradores.

UNIDAD 3

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA ORIENTADA AL CLIENTE

- El producto y su diseño
 - Productos.
 - Niveles de producto.
 - Clasificaciones de producto.
- Diseño
 - Diseño del producto: una decisión crucial.
 - Diseño del producto en mercados globales, generación de ideas.
 - Evaluación de las ideas.
 - Marca del producto: definiciones, beneficios y estrategias.
 - Marcas de los productos en los mercados globales.
- Precio
 - Definición.
 - Factores importantes.
 - Enfoques para la fijación de precios.

Introducción a la Materia

EVALUACIÓN GENERAL

Para reportar tu **calificación** final obtenida de la suma de porcentajes de unidad deberás haber cumplido de forma obligatoria con la realización o entrega de lo siguiente:

- Desarrollo de las lecciones.
- Responder a todos los cuestionarios de evaluación por unidad.
- Realizar y entregar dentro del tiempo establecido el Proyecto Final.
- Responder a la Evaluación Final.

La falta de cualquiera de estos requerimientos causará la **no** acreditación del curso.

En caso de **no** acreditar el curso en periodo ordinario con una calificación igual o mayor a **70** tendrás que presentar una evaluación extraordinaria integrada por: un examen de conocimiento y un proyecto, dando como total el 100% de la calificación del curso. En caso de no obtener una calificación aprobatoria, tendrás que inscribirte para recurrar la materia.

Introducción a la Materia

RECUERDA QUE LA CALIFICACIÓN MÍNIMA APROBATORIA ES 7

EVALUACIÓN	PORCENTAJE
UNIDAD 1	15%
UNIDAD 2	20%
UNIDAD 3	15%
PROYECTO FINAL	20%
EJERCICIOS PRÁCTICOS	15%
EVALUACIÓN DEL CONOCIMIENTO	15%
TOTAL 100%	

PROYECTO FINAL

En este Proyecto Final aplicarás los conocimientos revisados en esta materia, e incluso deberás investigar algunos elementos para sustentar tu proyecto. En un documento Word presenta lo siguiente:

1. **Portada.** Datos generales del estudiante y nombre del proyecto.
2. **Presentación.** Presenta un producto nuevo en tu localidad, o bien una innovación a algún producto ya existente. Describe claramente y de forma amplia en qué consiste este producto o innovación.
3. **Justificación.** Indica el porqué es importante que salga a la venta este producto o esta innovación, así como los beneficios para la población potencial.

Introducción a la Materia

4. **Antecedentes.** En el caso de ser una innovación a un producto, indica los antecedentes de la marca, misión, visión y valores. En el caso de ser un producto nuevo, señala los antecedentes que existen de la creación de este producto.
5. **Clientes potenciales.** Presenta estadísticas de la población que puede comprar este producto y por qué. Además describe ampliamente las características de la población a la que está dirigida la venta del producto, elabora un posible perfil del consumidor al que está dirigido el producto.
6. **Encuesta.** Diseña una encuesta de 15-20 reactivos, la cual apliques a la población (20 personas) como encuesta de mercado, para que te arroje los resultados de las posibilidades de compra que tendrá tu producto. Anexa la encuesta en blanco en este apartado. Enseguida presenta los resultados graficados con frecuencias y porcentajes de cada una de las preguntas y una conclusión general de los resultados obtenidos. Además vas a enviar las encuestas aplicadas de forma escaneada en el retorno indicado.
7. **Segmentación de Mercados.** Señala en qué tipo de mercado estará inmerso tu producto.
8. **Diseño.** Presenta el diseño del producto y su nombre, puedes dibujarlo o hacerlo a partir de algún programa de diseño, solo asegúrate de que el diseño esté ubicado en este apartado del documento. En este mismo apartado, presenta el logotipo del producto y el slogan, mostrando una justificación del porqué se eligió dicho slogan y logotipo (qué significa cada elemento que lo conforma).
9. **Precios.** Indica los factores que se tomarán en cuenta para determinar el precio del producto en el mercado y las posibilidades del consumidor potencial de adquirirlo.
10. **Publicidad.** Desarrolla la campaña publicitaria que utilizarás para promover el producto, indica los tiempos de publicidad desde el momento de su lanzamiento.
11. **Internacionalización.** Posibilidades que tiene el producto de venderse en el extranjero. Justificar dichas posibilidades.

Introducción a la Materia

12. **Referencias Documentales.** Indica todas las fuentes de consulta que has utilizado para apoyar la elaboración de tu proyecto. Recuerda que deben ser bajo el formato APA.

LISTA DE COTEJO

ELEMENTO	VALOR %	% OBTENIDO
Presenta todos los elementos requeridos.	2%	
Los apartados de: portada, justificación, antecedentes, clientes potenciales, internacionalización y referencias documentales se presentan de forma completa y correcta, de acuerdo lo que se pide en el documento.	3%	
La encuesta está diseñada correctamente y presenta los resultados obtenidos con las respectivas gráficas, conclusiones y anexos de las encuestas aplicadas.	6%	
La segmentación de mercado, precios y publicidad se presentan de forma completa y correcta, de acuerdo lo que se pide en el documento.	3%	
El diseño que se presenta del producto, el slogan, logotipo y la justificación es coherente entre sí y los diseños son atractivos para motivar al cliente a la compra del producto.	6%	
	20%	TOTAL %

Envíala a través de la Plataforma Virtual.
Recuerda que el archivo debe ser nombrado:
Apellido Paterno_Primer Nombre_Proyecto_Final

Envíala a través de la Plataforma Virtual.
Recuerda que el archivo debe ser nombrado:
Apellido Paterno_Primer Nombre_Proyecto_Encuestas

Introducción a la Materia

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Fischer, Laura, & Espejo, Jorge. (s. f.). Mercadotecnia. McGraw Hill.
- Keegan, Warren J, & Green Mark C. (2009). Marketing Internacional (Quinta.). México: Pearson Educación.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin. (2012). Dirección de Marketing (Decimocuarta.). México: Pearson Educación.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. (2012). Marketing (Decimocuarta.). México: Pearson Educación.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. (s. f.). Principios de Marketing (Décima ed.). Pearson.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. (s. f.). Principios de Marketing (Duodécima^a ed.). Pearson.
- Sandhusen, Richard L. (s. f.). Mercadotecnia. CECSA.
- Stanton, William. (s. f.). Fundamentos de Mercadotecnia. Mc Graw Hill.

DINÁMICA DE RABAJO

Tu materia de Mercadotecnia será teórica-práctica, por lo que en algunas actividades deberás poner en práctica tus conocimientos. Es por ello que te pido que prestes suma atención al contenido teórico, para que luego lo puedas llevar a la práctica.

Además, te informo que harás uso de tus conocimientos de estadística en la Unidad 2 así como en el Proyecto Final, por lo que deberás tener a la mano tus apuntes en cuanto a frecuencias y porcentajes.

Recuerda que si tienes alguna duda, puedes contactar a tu facilitador por los medios que te han sido indicados por el mismo. Cabe señalar que cada Unidad consta de los siguientes elementos:

Introducción a la Materia

- Contenido Temático: presentación y análisis de conceptos, fundamentos teóricos, implicaciones y aplicaciones del tema al que se refiere la unidad correspondiente.
- Controles de Lectura: cuestionamientos específicos acerca de las lecturas realizadas bajo un sistema de opción múltiple o relacionar, los cuales permitirán comprobar que has revisado y leído cada una de las lecturas que te han sido asignadas. Recuerda que pueden tener valor en tu evaluación.
- Actividades: aplicación de los conocimientos teóricos adquiridos. Son evaluables bajo listas de cotejo específicas y adquieren una ponderación en la evaluación.
- Ejercicios: prácticas que ayudan a reforzar el conocimiento para un mejor resultado en las evaluaciones.
- Evaluación por unidad: consta de una serie de reactivos que se evalúan para comprobar el conocimiento adquirido dentro de la unidad.
- Antes de terminar tu materia, deberás responder una Evaluación Final que comprende los contenidos de toda la materia.