



Diplomado

Mercadotecnia Estratégica y Comercialización

Los mercados cada vez son más cambiantes. Los clientes tienen necesidades más diferenciadas y los hábitos de consumo dan pie a nuevas oportunidades de negocio. Las empresas deben tomar en cuenta estos aspectos de cambio tanto en mercados domésticos como internacionales y tratar de adaptar estrategias adecuadas para cada tendencia.

Este diplomado ofrece la oportunidad de identificar y entender por cuenta propia los diversos aspectos que impactan a las empresas y su desempeño en el mundo de los negocios.

Se pretende que el participante pueda realizar decisiones estratégicas de mercadotecnia y de comercialización y aplicarlas en cada una de sus funciones laborales.



Objetivo

Adquirir conocimientos sobre la forma en que se lleva a cabo la Mercadotecnia en las empresas y cómo las estrategias de comercialización y ventas son importantes para su buen funcionamiento.

Se pretende que esto se lleve a cabo mediante el desarrollo de un pensamiento innovador y reflexión crítica.

Recomendado para

Profesionistas en general que requieran tener una actualización en la disciplina de mercadotecnia.

Requisitos para aprobar el diplomado

Contar con el acceso vigente.

Aprobar todos los cursos del diplomado y obtener un promedio de 80 puntos sobre 100.

Aprobar el curso integrador del diplomado.

Lectura del idioma inglés.

El Diplomado en Mercadotecnia Estratégica y Comercialización consta de seis trayectos más el curso integrador, que suman 126 horas de estudio en total.



Clave	Cursos	Duración (hrs)
Importancia de la Mercadotecnia en la Empresa Moderna	La mercadotecnia hoy. El entorno de la mercadotecnia. Proyecto de cierre formativo.	8
Planeación Estratégica de Mercadotecnia	Conceptos de mercadotecnia estratégica. Análisis estratégico de mercado. Diseño de la estrategia de mercadotecnia. Proyecto de cierre formativo.	16
Análisis de las Oportunidades de Mercados	Mercados de consumo y mercados empresariales. Segmentación de mercados. Investigación cualitativa. Investigación cuantitativa. Proyecto de cierre formativo.	24
Decisiones Estratégicas de la Mezcla de Mercadotecnia	Posicionamiento y valor de marcas. Decisiones de producto. Estrategias de precio y valor. Decisiones de distribución. Decisiones de comunicación integral de mercados. Proyecto de cierre formativo.	34
Técnicas de Comercialización y Ventas	Técnicas de negociación. Técnicas de comercialización. Ciclo de la venta. Administración de ventas. Proyecto de cierre formativo.	24
Tendencias de Marketing en el siglo XXI	Mercadotecnia digital. E-commerce/ E-business. Proyecto de cierre formativo.	14
Curso Integrador	Webinar con experto ya calendarizado. Curso integrador.	6