

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Investigación de Mercados

- Concepto de investigación de mercados.
- Sistemas de información de mercadotecnia.
- Fuentes de información.
- Tipos de investigación de mercados.
- Proceso de la investigación de mercados.
- Muestreo probabilístico y no probabilístico.
- Análisis e interpretación de resultados.
- La importancia de la investigación de mercados en la empresa.

Comportamiento del Consumidor

- Concepto de comportamiento del consumidor.
- Factores internos y externos que afectan al consumidor.
- Proceso de decisión de compra del consumidor.
- Modelos del comportamiento del consumidor.
- Segmentación de mercados.
- Bases para la segmentación.
- Tipos de segmentación.
- Posicionamiento de mercado.

Producto y Precio

- Concepto de producto.
- Clasificación de productos.
- Ciclo de vida del producto.
- Estrategias de producto.
- Marca, envase y etiquetado.
- Concepto de precio.
- Factores que influyen en la fijación de precios.
- Estrategias de precios.

Distribución y Promoción

- Concepto de distribución.
- Canales de distribución y su clasificación.
- Intermediarios y su función.
- Logística y distribución física.
- Concepto de promoción.
- Mezcla de promoción.
- Publicidad, relaciones públicas y ventas personales.
- Promoción de ventas y marketing directo.

Administración de Mercadotecnia

- Concepto de administración de mercadotecnia.
- Planeación estratégica de mercadotecnia.
- Organización del departamento de mercadotecnia.
- Dirección y control de mercadotecnia.
- Auditoría de mercadotecnia.
- El plan de mercadotecnia.

Temas Complementarios

- Matemáticas y Estadística aplicada.
- Contabilidad financiera y de costos.
- Derecho mercantil y laboral.
- Economía (Microeconomía y Macroeconomía).
- Administración de operaciones y proyectos.
- Informática e Inglés.