

### **MK407 ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA**

(8 Créditos)

Características y objetivos del curso:

Desarrollar en los estudiantes un sólido entendimiento del procedimiento sistematizado de analizar, planear e implementar estrategias de marketing en concordancia con las áreas funcionales de las organizaciones lucrativas o no lucrativas, con la meta final de establecer relaciones a largo plazo con clientes y consumidores.

Al término del curso se espera que el estudiante:

- Sea capaz de Diseñar un sistema para elaborar el análisis situacional como punto de partida para saber donde se encuentra el negocio, hacia donde debe de ir que lograría dentro del ambiente competitivo.
  - Construya : soluciones a problemas de que modelos y herramientas apoyen el pensamiento estratégico en el análisis de casos de estrategias en general y en especial de mercadotecnia.
  - Elabore un plan de mercadotecnia y aplique el análisis FODA, análisis de revisión [issues analysis], desarrollo de escenarios para visualizar las alternativas de acción..
  - Diferencie Fortaleza, Debilidades internas de las Amenazas y Oportunidades del entorno.
  - Construye Objetivos, metas, programas de acción.
  - Estructure un resumen ejecutivo.
  - Elabore instrumentos para establecer una estrategia de diferenciación y un sistema para establecer el posicionamiento.
- 