



# DIPLOMADO EN MARKETING ESTRATÉGICO EMPRESARIAL

**MODALIDAD  
100%  
ONLINE**



[ubjonline.mx](http://ubjonline.mx)

+52 222 5821815

+52 1 5519252248

[info@ubjonline.mx](mailto:info@ubjonline.mx)



# **BENEFICIOS** DEL PROGRAMA

- 100% online y asíncrono**
- Amplia flexibilidad horaria**
- Absoluta independencia geográfica**

- Plataforma educativa interactiva.
- Acompañamiento personalizado.
- Ritmo individual.
- Excelencia académica.
- Sin horarios fijos ni desplazamiento geográfico.
- Videoconferencias programadas.
- Análisis de casos y desarrollo de proyectos.
- Aprendizaje multicultural.



# **DURACIÓN 8 SEMANAS**

## DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

El Marketing Estratégico no es sólo una ciencia, sino también una filosofía y arte que enfatiza la correcta identificación de las oportunidades de mercado como la base para la planeación de marketing y el crecimiento del negocio.

En este curso teórico y práctico, encontrarás las bases técnicas para comprender y aplicar el poderoso concepto del nuevo marketing con inserción global, altamente competitivo y como este afecta nuestras decisiones, a través de los grandes cambios que surgen en el entorno en que se desarrolla la empresa y las organizaciones, como son las innovaciones tecnológicas, la apertura comercial, las tendencias demográficas sociales y culturales; y que están creando permanentemente nuevos retos y oportunidades para los tomadores de decisiones, como lo son los estrategias de marketing.

Aquí encontrarás las herramientas que te permitan identificar oportunidades de mercado, obtención de relaciones de fidelización; construcción y fijación de una marca como un poderoso sello distintivo en la mente del consumidor, encontrando elementos diferenciadores en la percepción de valor y comunicación efectiva de este; para obtener así un negocio rentable, atractivo y que genere un crecimiento sostenido en el largo plazo, tanto para los accionistas, socios y también los emprendedores individuales.



## OBJETIVO

Se desarrollará la conceptualización de la mercadotecnia y aplicación de los conceptos centrales en el desarrollo de las estrategias y planes de marketing. Además se enfatizará el rol de la disciplina en el siglo XXI, como fuente de información para analizar el entorno y la competencia.



# TEMARIO

## 1. DIRECCIÓN DE MARKETING

- 1.1 El marketing en el siglo XXI
- 1.2 Características del mercado latinoamericano
- 1.3 Desarrollo de estrategias y planes de marketing
- 1.4 Identificación de las oportunidades de mercado
- 1.5 Investigación de mercados y pronóstico de la demanda

## 2. SEGMENTACIÓN DE MERCADOS Y EL POSICIONAMIENTO

- 2.1 La segmentación
- 2.2 Proceso de segmentación
- 2.3 Variables utilizadas para la segmentación
- 2.4 El posicionamiento
- 2.5 Estrategias de posicionamiento de marcas
- 2.6 Las relaciones con la competencia
- 2.7 Desarrollo y comunicación de la estrategia de posicionamiento

## 3. ESTRATEGIA DE PRODUCTO

- 3.1 Líneas y gamas de producto
- 3.2 Ciclo de vida de los productos
- 3.3 La matriz de crecimiento-participación del mercado
- 3.4 Diferenciación del producto
- 3.5 Diseño y administración de servicios
- 3.6 Lanzamiento de nuevas ofertas de mercado
- 3.7 Empresa socialmente responsable

## 4. ESTRATEGIA DE MARCA

- 4.1 Marca única
- 4.2 Multimarcas
- 4.3 Familia de marcas
- 4.4 Marcas paraguas
- 4.5 Marcas declinables
- 4.6 Características de una buena marca

## 5. ESTRATEGIA DE PRECIO

- 5.1 Fijación de precios
- 5.2 Estrategias de precios
- 5.3 Precio y ciclo de vida de los productos

## 6. ESTRATEGIA DE PLAZA

- 6.1 Los canales de marketing y las cadenas de valor
- 6.2 La función de los canales de marketing
- 6.3 Decisiones sobre el diseño del canal
- 6.4 Decisiones sobre la administración del canal
- 6.5 Integración y sistemas de canal
- 6.6 Tipos de intermediarios en América Latina
- 7.6 Las relaciones públicas
- 7.7 La venta personal
  - 7.7.1 El diseño de la fuerza de ventas
  - 7.7.2 La administración de la fuerza de ventas
  - 7.7.3 Principios de la venta personal
- 7.8 El marketing directo


## 7. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN


- 7.1 La comunicación de marketing
- 7.2 Desarrollo y administración de un programa de publicidad
- 7.3 Selección del medio y medición de la eficacia
- 7.4 La promoción de ventas
  - 7.4.1 Tipos de promociones
  - 7.4.2 Proceso promocional
  - 7.4.3 Variaciones de las estrategias de promoción según el ciclo de vida del producto
- 7.5 Eventos y experiencias
- 7.6 Las relaciones públicas
- 7.7 La venta personal
  - 7.7.1 El diseño de la fuerza de ventas
  - 7.7.2 La administración de la fuerza de ventas
  - 7.7.3 Principios de la venta personal
- 7.8 El marketing directo



**DIPLOMADO EN  
MARKETING ESTRATÉGICO EMPRESARIAL**  
MODALIDAD 100% ONLINE

 [ubjonline.mx](http://ubjonline.mx)

 +52 222 5821815

 +52 1 5519252248

 [info@ubjonline.mx](mailto:info@ubjonline.mx)