



Te preparamos para
un futuro de éxito y
bienestar.

Diplomado en Mercadotecnia

Objetivo Capacitar a profesionistas que se desempeñan o tienen relación en el área de mercadotecnia de una organización, estableciendo estrategias efectivas para el posicionamiento de la marca a la que representan.



A quién va dirigido

- ✎ Licenciados en Mercadotecnia y, en general, a todo profesional universitario inmerso en el desarrollo de estrategias de mercado.



Beneficios

- ✎ Analizar la influencia de las características de los consumidores en la familia, los grupos y la sociedad en general para el desarrollo de "la cultura de consumo", para aplicarlos en el diseño, aplicación y evaluación de proyectos de lanzamiento de productos.
- ✎ Realizar proyectos de investigación de mercado que favorezcan en la oferta de productos y servicios de la organización.
- ✎ Analizarás los alcances y limitaciones de la mercadotecnia en los procesos organizacionales y sociales.
- ✎ Definir estrategias de mercadotecnia para el posicionamiento de la organización.

¡Inscríbete ahora!

Contenido del Programa

Módulo I - Comportamiento del consumidor

Identificar las características de los consumidores como individuos y analizar la influencia de dichas características en la familia, los grupos y la sociedad en general para el desarrollo de "la cultura de consumo".

- 🍷 Tema 1. Conceptos y fundamentos de la conducta del consumidor.
- 🍷 Tema 2. El individuo.
- 🍷 Tema 3. Influencia grupal y los patrones de consumo.
- 🍷 Tema 4 Tipos de conducta
- 🍷 Tema 5. La conducta de consumo.
- 🍷 Tema 6. Proyectos de cambio de hábitos de consumo.

Módulo II - Investigación de mercados I

Distinguir y aplicar las diferentes etapas y conceptos de los procesos de investigación de mercado, que permitan establecer las diferentes situaciones de marketing donde es necesario aplicarlo.

- 🍷 Tema 1. Introducción a la investigación de mercados.
- 🍷 Tema 2. El departamento de investigación de mercados.
- 🍷 Tema 3. Demografía de la investigación de mercados.
- 🍷 Tema 4. Metodología de la investigación de mercados.
- 🍷 Tema 5. Procedimientos metodológicos de la investigación de mercados.
- 🍷 Tema 6. Cuestionarios y experimentación.
- 🍷 Tema 7. Observación y estudios cualitativos.

Módulo III - Investigación de mercados II

Desarrollar un proyecto para diseñar, ejecutar, controlar y evaluar la investigación de mercados en forma técnica y profesional.

- 🍷 Tema 1. El proceso de investigación de mercados.
- 🍷 Tema 2. Definición del problema.
- 🍷 Tema 3. Métodos de aplicación.
- 🍷 Tema 4. Fuentes de información.
- 🍷 Tema 5. Cálculo de la muestra y teoría del muestreo.
- 🍷 Tema 6. Trabajo de campo.
- 🍷 Tema 7. Análisis e informe final.
- 🍷 Tema 8. Áreas de aplicación de la investigación de mercados.
- 🍷 Tema 9. Investigación publicitaria.
- 🍷 Tema 10. Investigación del mercado de ventas.
- 🍷 Tema 11. Evaluación y control de la investigación de mercados.

Módulo IV - Mercadotecnia

Distinguir los conceptos teórico - prácticos de los elementos y funciones de la mercadotecnia, que le permitan establecer los alcances y limitaciones de la mercadotecnia en los procesos organizacionales y sociales.

- 🍷 Tema 1. Panorama general de la mercadotecnia.
- 🍷 Tema 2. Evolución de la mercadotecnia.
- 🍷 Tema 3. Producto.
- 🍷 Tema 4. Precio.
- 🍷 Tema 5. Plaza.
- 🍷 Tema 6. Promoción.

¡Inscríbete ahora!

Contenido del Programa

Módulo V - Estrategias de Mercadotecnia

Distinguir las diferentes perspectivas y diseñe soluciones más creativas a problemas de Marketing de las empresas para comprender a los consumidores y así ofrecer líneas y servicios que satisfagan sus deseos.

- 📌 Tema 1. Estrategias y tácticas de marketing.
- 📌 Tema 2. Estrategias y tácticas de fijación de precios.
- 📌 Tema 3. Estrategias de publicidad y promoción.
- 📌 Tema 4. Diseño y manejo del canal de marketing.
- 📌 Tema 5. Marketing de servicios y servicio al consumidor.
- 📌 Tema 6. Sesión integradora de conceptos.

Módulo VII - Mercadotecnia internacional

Desarrollar estrategias de comercialización internacional desde el punto de vista de la empresa exportadora, que permitan analizar los factores ambientales para detectar oportunidades de mercado internacional para desarrollar las estrategias del producto, precio, promoción y distribución para tener éxito en tales mercados seleccionados.

- 📌 Tema 1. Conceptos generales de la mercadotecnia global.
- 📌 Tema 2. El ambiente de la mercadotecnia global.
- 📌 Tema 3. Análisis de las oportunidades globales.
- 📌 Tema 4. La investigación de mercados a nivel internacional y global.
- 📌 Tema 5. Desarrollo de estrategias de mercadotecnia globales.
- 📌 Tema 6. Programas globales de mercadotecnia.

Módulo VI - Gestión de la Mercadotecnia

Aplicar el proceso y la administración de la mercadotecnia en un ambiente de negocios sumamente competitivo, globalizado, cambiante e incierto.

- 📌 Tema 1. Marketing en un mundo cambiante.
- 📌 Tema 2. Planeación estratégica y el proceso de marketing.
- 📌 Tema 3. Investigación y sistemas de información de marketing.
- 📌 Tema 4. Mercado del consumidor y comportamiento de compra.
- 📌 Tema 5. Segmentación de mercados, mercados meta y posicionamiento.
- 📌 Tema 6. Estrategia de productos y servicios.
- 📌 Tema 7. Fijación de precios de productos, consideraciones y enfoques.
- 📌 Tema 8. Canales de distribución y administración logística.
- 📌 Tema 9. Publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y ventas personales.
- 📌 Tema 10. Marketing directo y en línea.
- 📌 Tema 11. Estrategias competitivas como forjar relaciones duraderas con los clientes.
- 📌 Tema 12. Mercado global.
- 📌 Tema 13. Marketing y sociedad: responsabilidad social y ética del marketing.

Módulo VIII - Acreditación de diplomado (proyecto)

Aplicar y sintetizar los conocimientos, habilidades y estrategias adquiridas durante el diplomado a través de la conformación de un proyecto.

¡Inscríbete ahora!

Diplomados en línea

¡Hola! Queremos felicitarte porque quieres seguir superándote y preparándote continuamente. Averigua qué ofrecemos, cómo estudiar y qué necesitas para inscribirte.



Metodología

Cada Diplomado cuenta con un Curso de Inducción con duración de 1.5 semanas. En cada módulo se presentan lecturas reflexivas y contenido interactivo, se aplican actividades semanales mediante las que observan los saberes adquiridos durante la semana, al finalizar cada módulo se realiza un proyecto final como método para hilar el aprendizaje adquirido durante el mes.



Duración

El diplomado tiene una duración de 8 meses, llevando un módulo por mes. Cada módulo está dividido en 7 módulos de conocimientos y un módulo dedicado a la construcción del proyecto final del diplomado.

Total del programa: 220 horas.

Duración módulo de conocimiento: 30 horas.

Duración módulo acreditación de diplomado: 10 horas.

Campus Online



Blackboard

Para poder darte el servicio de Campus Online utilizamos un administrador de contenidos llamado Blackboard, utilizado por las mejores Universidades del mundo, y puedes acceder a las clases desde cualquier computadora con acceso a internet ya que todo el contenido académico lo puedes tener desde tu casa, oficina, café internet, biblioteca pública, etc.

¿Quieres ver un ejemplo? Puedes ingresar ahora al sitio web de prueba:

<https://nci.blackboard.com/>

usuario: demo

Password: nci

¡Inscríbete ahora!

Proceso de inscripción

El proceso de inscripción se lleva a cabo de la siguiente manera:

- Nos facilitas información con la cual se te genera ficha de pago.
- La ficha de pago se te envía por correo electrónico.
- Una vez que se realiza el depósito tendrás que enviar el comprobante del depósito a tu Asesor y con esto se cierra el proceso de inscripción.

Diploma digital

- Al finalizar tu Diplomado en línea recibirás un Diploma digital que avala tu acreditación.

¡Inscríbete ahora!