

Introducción al Mercadeo: Fundamentos y Aplicaciones

Técnicas

Economía, Administración & Contaduría | Mercadeo | para estudiantes de educación técnica/tecnológica | 16 semanas

Descripción del Curso

Este curso ofrece una introducción integral al mercadeo dirigida a estudiantes de educación técnica y tecnológica en las áreas de Economía, Administración y Contaduría. Su propósito es brindar los conocimientos fundamentales sobre conceptos, procesos y herramientas esenciales del mercadeo moderno, facilitando una comprensión clara de cómo las empresas identifican y satisfacen las necesidades del mercado.

El curso está diseñado para estudiantes que buscan desarrollar habilidades prácticas y teóricas que les permitan participar activamente en actividades comerciales y promocionales dentro de sus futuras áreas profesionales. Se emplea un enfoque metodológico mixto que combina exposiciones teóricas, análisis de casos, actividades prácticas y uso de herramientas tecnológicas para estimular la participación y el aprendizaje significativo.

Al finalizar el curso, los estudiantes estarán capacitados para aplicar estrategias básicas de mercadeo, comprender el comportamiento del consumidor, segmentar mercados y colaborar en la planificación y ejecución de campañas comerciales, contribuyendo así al desarrollo organizacional y a la toma de decisiones acertadas en contextos empresariales técnicos y tecnológicos.

Objetivos Generales

- Comprender y explicar los fundamentos teóricos del mercadeo y su importancia en el ámbito empresarial técnico y tecnológico.
- Aplicar técnicas de segmentación de mercados y análisis del comportamiento del consumidor para la toma de decisiones mercadológicas.
- Diseñar y evaluar estrategias de marketing mix ajustadas a productos y servicios específicos.
- Elaborar planes de mercadeo básicos y coordinar actividades promocionales en contextos reales o simulados.
- Utilizar herramientas digitales para la recolección, análisis y presentación de información mercadológica.

Competencias

- Analizar los conceptos fundamentales del mercadeo y su aplicación en el contexto empresarial técnico y tecnológico.
- Identificar y segmentar mercados utilizando criterios adecuados para distintos productos y servicios.
- Desarrollar estrategias básicas de producto, precio, plaza y promoción adaptadas a necesidades específicas del mercado.

- Interpretar el comportamiento del consumidor para diseñar propuestas de valor efectivas.
- Colaborar en la elaboración de planes de mercadeo sencillos y en la ejecución de actividades promocionales.
- Utilizar herramientas tecnológicas básicas para apoyar procesos de investigación y gestión comercial.

Requerimientos

- Conocimientos básicos de economía y administración.
- Acceso a computadora con conexión a internet para actividades virtuales y uso de plataformas educativas.
- Material didáctico proporcionado por el docente, incluyendo libros y recursos digitales.
- Habilidades básicas en manejo de software de oficina (procesadores de texto, hojas de cálculo).

Unidades del Curso

Unidad 1: Introducción al Mercadeo y su Entorno

Unidad 2: Comportamiento del Consumidor

Unidad 3: Investigación de Mercados

Unidad 4: Segmentación, Targeting y Posicionamiento

Unidad 5: Producto y Marca

Unidad 6: Precio y Estrategias de Precio

Unidad 7: Plaza o Distribución

Unidad 8: Promoción y Comunicación Comercial

Unidad 9: Plan de Mercadeo

Unidad 10: Ética y Responsabilidad Social en Mercadeo

Unidad 11: Herramientas Digitales para el Mercadeo

Unidad 12: Evaluación y Control en Mercadeo

Unidad 13: Tendencias y Nuevas Tecnologías en Mercadeo

Unidad 14: Casos Prácticos de Mercadeo en Empresas Técnicas y Tecnológicas

Unidad 15: Proyecto Integrador de Mercadeo

Unidad 16: Presentación y Evaluación Final

