

ÁREA	SUBÁREA	TEMA
<b>ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA</b>	Planeación de programas de mercadotecnia	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Análisis de pronósticos de ventas</li> <li>○ Coordinación de programas de mercadotecnia</li> <li>○ El Mercado y su Entorno</li> <li>○ Mercadotecnia Industrial</li> <li>○ Mercadotecnia de Servicios</li> <li>○ Mercadotecnia Internacional</li> </ul>

	Diseño de estrategias de precios, producto, promoción y plaza	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Metas estratégicas</li> <li>○ Reglamentación inherente al diseño de estrategias</li> </ul>
	Evaluación de las estrategias de precios	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Análisis de estrategias de precios (Mercados y Competencia)</li> <li>○ Comportamiento y aceptación de los precios</li> </ul>
	Planificación estratégica del mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Matriz FODA</li> <li>○ Alianzas estratégicas</li> <li>○ Comunicación integrada a la Mercadotecnia</li> </ul>

<b>ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS</b>	Definición de los procesos adecuados para la comercialización de productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Demanda del producto</li> <li>○ Pronóstico de venta</li> <li>○ Servicios al cliente y pos-venta</li> </ul>
	Desarrollo de estrategias de distribución y logística	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Canales de distribución</li> </ul>
	Administración de estrategias de ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Políticas de venta</li> <li>○ Comercialización y ventas</li> <li>○ Administración de la fuerza de ventas</li> </ul>
<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</b>	Diseño de proyectos de investigación	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tipos de investigación de mercados</li> <li>○ Instrumentos de recolección de datos</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Muestra</li> <li>○ Trabajo de campo</li> </ul>
	Realización de proyectos de investigación	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estudios cuantitativos y cualitativos</li> <li>○ Informes de resultados</li> <li>○ Informática</li> </ul>

	<p>Estimación del ciclo de vida de un producto</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Etapas del ciclo de vida de un producto y/o servicio</li> <li>○ Crecimiento del mercado</li> <li>○ Participación de productos y servicios en el mercado</li> <li>○ Tendencias</li> <li>○ Moda de productos y/o servicios</li> </ul>
	<p>Identificación del mercado meta de los productos y servicios</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Consumidores</li> <li>○ Segmento de Mercado</li> <li>○ Estacionalidad y Moda</li> </ul>
	<p>Desarrollo de inteligencia de mercadotecnia</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sistemas de información estratégica</li> <li>○ Preferencias y tendencias de compra de los consumidores y usuarios</li> <li>○ Revolución tecnológica</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Bienes sustitutos</li> </ul>

<b>EMPRENDEDOR DE NEGOCIOS</b>	Planificación de negocios	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Oportunidades de negocios</li> <li>○ Objetivos comerciales</li> <li>○ Proyecto de inversión (técnica, económica financiero y de mercado)</li> <li>○ Logro de los objetivos comerciales</li> </ul>
	Innovación	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Necesidades, tendencias y oportunidades del mercado</li> </ul>
<b>PUBLICIDAD</b>	Diseño de campañas publicitarias	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estructura básica de una agencia publicitaria</li> <li>○ Características de marca, producto o servicio, el cliente y el consumidor para elaborar un diagnóstico</li> <li>○ Planeación de la estrategia de comunicación publicitaria</li> <li>○ Investigación de mercados</li> <li>○ Planes de estrategias de ventas</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"><li>○ Planeación de campañas</li><li>○ Diseño y maquetación de empaques</li></ul> Diseño de marcas y logotipos
	Ejecución de campañas publicitarias	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Medio por utilizar y mensaje o diseño pertinentes</li><li>○ Desarrollo de la estrategia de comunicación publicitaria</li><li>○ Exportación de productos</li></ul>