



UADEC

UNIDAD 2

DEL PRODUCTO AL MERCADO: HERRAMIENTAS Y ESTRATEGIAS



UNIDAD II. DEL PRODUCTO AL MERCADO: HERRAMIENTAS Y ESTRATEGIAS

INTRODUCCIÓN A LA UNIDAD

Después de haber concluido con éxito la primera unidad sabes que la comercialización es un pilar fundamental para que las empresas logren colocar sus productos en el mercado de manera eficiente y competitiva. Para ello, es indispensable conocer y dominar las herramientas básicas de comercialización, que permiten planear y ejecutar acciones concretas. Además, resulta clave comprender la relación entre mercado, empresa y producto, ya que de esta interacción surgen las decisiones estratégicas que guían el crecimiento empresarial.

La comercialización estratégica aplicada aporta las bases para diseñar tácticas efectivas, mientras que el estudio de los tipos de mercado ofrece un panorama amplio sobre los diferentes contextos en los que se desarrollan las actividades comerciales.

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Familiarizar al estudiante con el lenguaje, los conceptos, las herramientas y la lógica del marketing como actividad empresarial. En particular, el estudiante conocerá las nociones y las herramientas relacionadas con el intercambio, la planificación comercial, el análisis del entorno, la investigación comercial, el comportamiento de compra, la segmentación y el posicionamiento.

CONTENIDO TEMÁTICO

UNIDAD II: Conceptos Básicos de la Comercialización

- Herramientas Básicas para la Comercialización.
- Mercado, Empresa y Producto.
- Comercialización Estratégica Aplicada.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

| EVALUACIÓN | PUNTOS |
|--|------------------|
| ACTIVIDAD: PILARES DEL COMERCIO | 5 |
| CONTROL DE LECTURA: HERRAMIENTAS DE COMERCIALIZACIÓN | 4 |
| FORO: COMERCIALIZACIÓN ESTRATEGIA APlicada | 3 |
| EVALUACIÓN DE LA UNIDAD | 3 |
| TOTAL | 15 PUNTOS |

ACTIVIDADES DE LA UNIDAD

| TEMA | SUBTEMA | ACTIVIDAD |
|----------------------------|----------------------------|---------------------------------|
| Mercado, Empresa, Producto | Mercado, Empresa, Producto | Actividad: Pilares del Comercio |