

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE COAHUILA**



DISEÑO DE ESTRATEGIAS

DE

MERCADOTECNIA

ORIENTADO AL CLIENTE

UNIDAD III

Introducción Unidad III

INTRODUCCIÓN

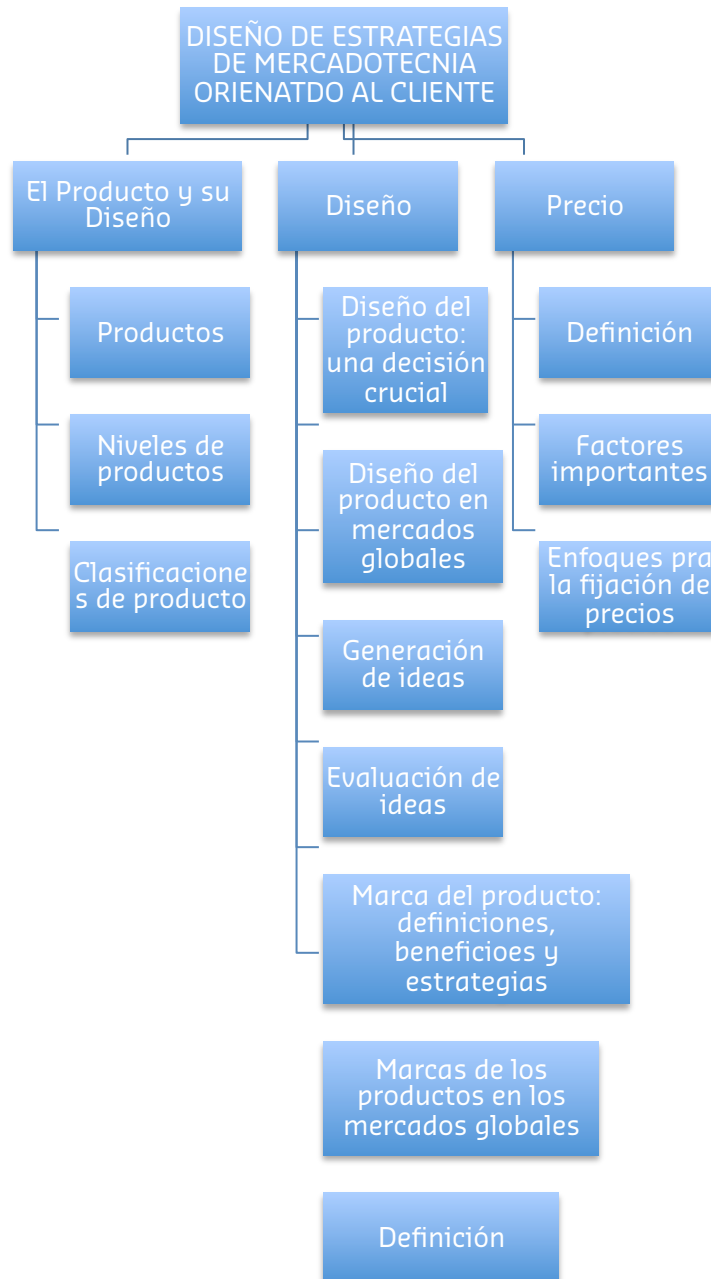
En esta unidad analizaremos lo referente al Diseño de Estrategias de Mercadotecnia basado en la orientación al cliente, cómo crear un producto con sus características básicas hasta el diseño del mismo enfocado en los mercados nacionales y globales, lo importante que es desarrollar nuevos productos con la generación y evaluación de ideas; además de terminar con la parte fundamental de la definición del precio y las estrategias para fijar el mismo.

OBJETIVO DE LA UNIDAD

El estudiante conoce y aplica las principales herramientas y estrategias en el desarrollo de un producto enfocado en el diseño del mismo, desde el contexto local e internacional considerando los factores en la generación de ideas, marca y precio del producto; lo anterior por medio del análisis de casos reales de publicidad exitosa.

Introducción Unidad III

MAPA DE CONTENIDO



Introducción Unidad III

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

EVALUACIÓN	PUNTOS
Actividad Mercados Globales	4
Actividad Mapa Generación y Evaluación de Ideas	4
Actividad Marca del Producto	5
Evaluación Final	7
Total :	20

Introducción Unidad III

ACTIVIDADES DE LA UNIDAD

UNIDAD 3: DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA ORIENTADO AL CLIENTE		
TEMA	SUBTEMA	ACTIVIDAD
El Producto y su Diseño	Productos	
	Niveles de productos	
	Clasificaciones de producto	
Diseño	Diseño del producto: una decisión crucial	Mercados Globales
	Diseño del producto en mercados globales	
	Generación de ideas	Mapa Generación y Evaluación de Ideas
	Evaluación de ideas	
	Marca del producto: definiciones, beneficios y estrategias	Marca del Producto
	Marcas de los productos en los mercados globales	
	Precio	Definición
Factores importantes		
Enfoques para la fijación de precios		

Introducción Unidad III

EJERCICIOS DE LA UNIDAD

UNIDAD 3: DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA ORIENTADO AL CLIENTE

TEMA	SUBTEMA	EJERCICIO
Precio	Definición	Estrategia de Precios
	Factores importantes	
	Enfoques para la fijación de precios	