

**TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN MERCADOTECNIA**  
**Modalidad Escolarizada**

Programa de Estudios

Estrategia Comercial II

<b>NOMBRE DE LA ASIGNATURA</b> Estrategia Comercial II
---

<b>CLAVE DE LA ASIGNATURA</b> TMD403
---

<b>CICLO</b> CUARTO TETRAMESTRE
------------------------------------

CRÉDITOS	HORAS FRENTE A DOCENTE	HORAS INDEPENDIENTES
5	48	32

**OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA**

- Describir el funcionamiento de un plan comercial, desarrollando estrategias de intervención desde la mercadotecnia para contribuir a los objetivos de negocio de una empresa u organización.

Explicar la logística y los pronósticos como herramientas de apoyo para la satisfacción oportuna de las necesidades de los clientes, en alienación con el plan comercial.

**COMPETENCIAS:**

- Explica cómo ha evolucionado el concepto de negocio, los elementos que la conforman, su clasificación e importancia en la actualidad.
- Conoce el concepto, características y diferentes tipos de objetivos que se formulan en las organizaciones.
- Reconoce el concepto, características y el proceso para desarrollar indicadores de desempeño.
- Describe los diferentes elementos que configuran un plan de comercialización.
- Comprende el papel que juega la mercadotecnia en la comercialización.
- Reconoce la importancia de los pronósticos de ventas para las organizaciones.

- Explica la manera en que interactúan los miembros del canal y la forma en la cual se organizan para desempeñar el trabajo del canal.

**INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA:**

La estrategia comercial tiene que ver con las rutas que sigue una organización para alcanzar sus objetivos comerciales. Para nadie es un secreto, que lo que les importa a las empresas es colocar sus productos o servicios en el mercado y que estos permanezcan a pesar del tiempo. Para lograr tal propósito, es necesario contar con un plan comercial que ayude a la empresa a no perder el rumbo y llevar el negocio al fracaso.

En este sentido, brindaremos al docente las bases teóricas, metodológicas, así como las herramientas necesarias para enseñar a los alumnos el fascinante mundo del desarrollo de la estrategia comercial en las organizaciones.

Como primer paso, viajaremos un poco por el tiempo para conocer los antecedentes históricos del análisis de negocio y su razón de ser en la empresa; detallaremos como hacer un objetivo y el proceso para desarrollar un indicador; estudiaremos los pronósticos de ventas y la logística que son herramientas que sirven para satisfacer las necesidades de los clientes y por último se darán a conocer los diversos canales de distribución.

Al termino del curso, el alumno identificara diversos conceptos que conforman la estrategia comercial y reforzará los conocimientos aprendidos con actividades prácticas que le permitirán conocer mejor como se aplican los conocimientos teóricos en una organización.

**Unidades temáticas**

Nombre de la unidad	
I.	Marco de análisis del negocio
II.	Definición de objetivos e indicadores de desempeño (KPI's)
III.	El plan de comercialización
IV.	El rol de mercadotecnia en la comercialización
V.	Pronósticos de venta
VI.	Logística
Actividades de aprendizaje desarrolladas por el docente	

**Técnica didáctica**

Aprendizaje Basado en problemas	Aprendizaje basado en proyectos	Aprendizaje Colaborativo	Aprendizaje experimental	Otra
		X		Centradas en el profesor Clase expositiva Lectura dirigida Demostración Centradas en el desempeño Discusión en equipos Centradas en el grupo Dinámicas de grupo.

**Estrategia de evaluación**

Asigne un porcentaje a aquellos componentes que tomará en cuenta para la aprobación de la asignatura.

Componente	Porcentaje
Exámenes parciales	
Examen final	
Tareas y actividades	100%
Proyectos	
Asistencia	
Taller	
Total	0

**Bibliografía**

- Gloria Robles y Carlos Alcérreca. Administración. Un enfoque interdisciplinario. Ed. Pearson Educación.
  - Agustín Reyes Ponce. Administración de empresas. Teoría y práctica. Ed. Limusa.
  - Fernando Vera Smith. Indicadores: características, metodología y utilización. Ed. Dofiscal.
  - Ricardo Fernández Valiñas. Manual para elaborar un plan de mercadotecnia. Ed. McGraw Hill.
  - Philip Kotler. Dirección de mercadotecnia. Ed. Pearson Educación.
  - Laura Fischer y Jorge Espejo. Mercadotecnia. Ed. McGraw Hill
  - Murdick y Schaefer. Pronósticos de venta. Editora técnica.
  - William J. Stanton Michael J. Etzel y Bruce J. Walker. Fundamentos de marketing. Ed. McGraw Hill
  - Steven Wheeler y Evan Hirsh. Canales de distribución. Ed. Norma.
  - Philip Kotler. Fundamentos de mercadotecnia. Ed.
  - Philip Kotler y Kevin Keller. Dirección de marketing. Ed. Pearson Education.
- Empresas

<https://www.elblogsalmon.com/...de.../la-evolucion-historica-del-concepto-de-empres...>



[admluisfernando.blogspot.com/2008/03/clasificacin-de-las-empresas.html](http://admluisfernando.blogspot.com/2008/03/clasificacin-de-las-empresas.html)  
<https://es.slideshare.net/masolc/las-empresas-y-su-clasificacin-14872053>  
<https://www.contabilizalo.com/clasificacion-de-las-empresas>  
[www.uv.mx/iiesca/files/2013/04/06CA201202.pdf](http://www.uv.mx/iiesca/files/2013/04/06CA201202.pdf)  
[genesis.uag.mx/edmedia/material/INE/unidadl.pdf](http://genesis.uag.mx/edmedia/material/INE/unidadl.pdf)

#### Objetivos

<https://www.significados.com/objetivo/>  
[www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/](http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/)  
[ejemplosde.org/empresas-y-negocios/objetivos-de-una-empresa/](http://ejemplosde.org/empresas-y-negocios/objetivos-de-una-empresa/)  
<https://definicion.mx/objetivo/>  
<https://www.significados.com/objetivos-estrategicos/>  
[www.tiposde.org/empresas-y-negocios/227-tipos-de-objetivos/](http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/227-tipos-de-objetivos/)  
[ivanmb.com/definir-objetivos-smart](http://ivanmb.com/definir-objetivos-smart)  
[www.norataboada.com/blog/qu-son-los-objetivos-smart](http://www.norataboada.com/blog/qu-son-los-objetivos-smart)  
<https://abasto.com/consejos/5-pasos-para-fijar-objetivos-smart...>  
<https://blog.inboundlead.com/los-7-mejores-ejemplos-de-objetivos-smart-o-inteligente...>

#### Indicadores de desempeño

[comenzandodecero.com/que-es-un-kpi/](http://comenzandodecero.com/que-es-un-kpi/)  
[www.altonivel.com.mx/45805-claves-para-crear-indicadores-de-desempeno](http://www.altonivel.com.mx/45805-claves-para-crear-indicadores-de-desempeno)

#### Mercadotecnia

<https://www.uaeh.edu.mx/.../FUNDAMENTOS%20DE%20MERCADOTECNIA.pdf>  
[www.informabtl.com](http://www.informabtl.com) › Marketing

#### Comercialización

[definicion.de/comercializacion/](http://definicion.de/comercializacion/)  
[conceptodefinicion.de/comercializacion/](http://conceptodefinicion.de/comercializacion/)  
[www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos.../comercializacion](http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos.../comercializacion)  
[empresactualidad.blogspot.com/2012/.../comercializacion-definicion-y-conceptos.htm...](http://empresactualidad.blogspot.com/2012/.../comercializacion-definicion-y-conceptos.htm...)

#### Investigación de mercado

<https://www.gestiopolis.com/que-es-la-investigacion-de-mercados/>

#### Producto

<https://es.slideshare.net/fideliovisconti/d1-estrategias-de-producto>

#### Precio

<https://www.gestiopolis.com/precio-decisiones-empresa-cliente/>  
[www.elergonomista.com/marketing/precio.html](http://www.elergonomista.com/marketing/precio.html)  
[html.rincondelvago.com/decisiones-de-precios.html](http://html.rincondelvago.com/decisiones-de-precios.html)



## Promoción

[www.monografias.com](http://www.monografias.com) › Administracion y Finanzas › Marketing  
[www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html](http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html)

## Venta

<https://es.slideshare.net/yopijesus1/el-proceso-de-venta-6794529>

## Postventa

<https://es.slideshare.net/byserv/postventa>  
<https://es.shopify.com/blog/17011080-lo-que-debes-saber-sobre-el-servicio-post-venta>

## Participación de mercado

[3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc049.htm](http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc049.htm)

## Factor de mercado

<https://es.slideshare.net/Lennymendoza/pronostico-de-venta>

## Previsión de ventas.

<https://es.slideshare.net/yoharisaguirre/prevision-de-ventas-42615170>  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Previsión\\_de\\_ventas](https://es.wikipedia.org/wiki/Previsión_de_ventas)  
[www.eumed.net/libros-gratis/2009a/506/La%20Prevision%20de%20Ventas.htm](http://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/506/La%20Prevision%20de%20Ventas.htm)

## Pronósticos de nuevos productos

[www.celogis.com/app/download/.../Cómo+pronosticar+nuevos+productos.pdf](http://www.celogis.com/app/download/.../Cómo+pronosticar+nuevos+productos.pdf)

## Tipos de inventarios

[10tipos.com/tipos-de-inventarios/](http://10tipos.com/tipos-de-inventarios/)

## Transporte.

<https://es.slideshare.net/puruxona/canales-de-distribucion-y-logistica-transporte>

## Proveedores.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Tipos\\_de\\_proveedores](https://es.wikipedia.org/wiki/Tipos_de_proveedores)  
<https://clickbalance.com/.../el-papel-del-proveedor-en-el-proceso-comercial-de-tu-em...>