

TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN MERCADOTECNIA
Modalidad Escolarizada

Programa de Estudios

Laboratorio de Mercadotecnia

NOMBRE DE LA ASIGNATURA Laboratorio de Mercadotecnia

CLAVE DE LA ASIGNATURA TMD604

CICLO SEXTO TETRAESTRE

CRÉDITOS	HORAS FRENTE A DOCENTE	HORAS INDEPENDIENTES
5	48	32

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA

Desarrollar un caso de éxito de mercadotecnia aplicada, para identificar los factores clave de éxito que permitan elaborar estrategias de mercadotecnia y modelos de aprendizaje en temas de negocio.

COMPETENCIAS:

Al finalizar esta unidad, el participante:

- Presenta las mejores prácticas aplicadas por empresas líderes, para tomarlas como modelos.
Identifica las estrategias usadas, objetivos y acciones seguidas por compañías que destacaron de otras en el mercado.

INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA:

Conquistar el mayor número de consumidores es el gran reto dentro de la mercadotecnia, y prácticamente es un campo de batalla donde todo está permitido y todos los participantes ponen en práctica sus mejores estrategias para cautivar a los clientes actuales, potenciales y nuevos. Empresas pequeñas, medianas y grandes pelean por destacar y posicionar sus bienes o servicios, así como su marca. Hay que tener presente que el producto o servicio no es un ente aislado, está respaldado por una marca construida a lo largo de años, entonces al posicionar un bien o servicio,

también se hace lo mismo con la marca.

Entonces al ganar espacio uno, en automático el otro también gana terreno y al final lo que se desea es estar en la mente del consumidor ya sea como artículo, servicio o marca. Es lo que se conoce como el top of mind, o ser la primera opción en la mente del consumidor.

Y no es cosa menor ocupar esa posición privilegiada, las compañías destinan parte de sus presupuestos a campañas por ocupar un mejor lugar en el mercado o a la investigación para la innovación de su oferta hacia el mercado, aunque no siempre se tiene el éxito asegurado. Sin embargo, y aunque a nadie le guste perder y por extraño que parezca, el fracaso también está contemplado.

Por el otro lado, están aquellas marcas que a base de tenacidad se ha mantenido o venido de atrás para ocupar una posición privilegiada y de las cuales vale la pena aprender, de tal forma que se convierten en un referente a tomar en cuenta, gracias a las estrategias empleadas y canalización de recursos, esfuerzos, es decir, aportan elementos que tarde o temprano se consideran mejores prácticas.

Unidades temáticas

Nombre de la unidad	
I.	Casos de éxito en mercadotecnia
II.	Cómo se construye el éxito paso a paso
III.	Desarrollo del caso

Técnica didáctica

Aprendizaje Basado en problemas	Aprendizaje basado en proyectos	Aprendizaje Colaborativo	Aprendizaje experimental	Otra
X		X	X	

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
Instrumentos de observación en el aula	

Proyectos	
Asistencia	
Taller	
Total	100

Bibliografía

- Godin, S. (2003) *La vaca púrpura*. México. Gestión 2000.
- Businessweek. (2007) *Casos de éxito en marketing*. México. McGraw-Hill Interamericana

Referencias electrónicas

- Casos de éxito en marketing- made 2012 (www.made2012.files.wordpress.com)
- Marketing digital en México (www.jorgecastro.mx)
- Brand marketing (www.thinkwithgoogle.com)
- Ejemplos de campañas exitosas (www.bienpensado.com)
- La mejor recopilación de datos (www.casosdemarketing.com)
- Casos de éxito y ejemplos de campañas (www.comunidad.iehschool.com)
- Casos de éxito en marketing: los ejecutivos más ingeniosos del mundo (www.freelibros.org)
- Marketing digital en México: casos de éxito de marcas (www.jorgecastro.com)
- El secreto del éxito de Starbucks (www.entrepreneur.com)
- Starbucks, un caso de éxito de Mobile Marketing (www.esanedu.pe)
- Estrategias de mercado de Starbucks café (www.franquiciasdecafe.com.mx)
- Lego/Lego enciclopedia /Fandom (www.eslego.com)
- Lego: estrategias de marketing (www.aulaempresa.wordpress.com)
- Análisis de la estrategia de Lego (www.markarina.com)
- La historia de Lego- The Lego Group (www.lego.com)
- Lego/legoenciclopedia/fandom (www.eslego.com)
- Análisis de la estrategia de Lego (www.markarina.com)
- Lego: caso de éxito en marketing ¡Todo es creíble! (www.luismaram.com)
- Lego: estrategias de marketing (www.mktstrategies.wordpress)
- Lego: estrategias de marketing (www.aulaempresa.wordpress.com)
- La historia publicitaria de Lego (www.marketingdirecto.com)