



**CARRERA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS  
GRADO LICENCIATURA  
PRUEBA DE GRADO : MERCADEO AVANZADO**

**DESCRIPCION**

- A. Examen escrito con duración de cuatro horas
- B. El estudiante contestara el 100% del examen.
- C. Podrá versar sobre el concepto o la aplicación de cualquiera de los temas siguientes:

**1. Dirección de marketing**

- Proceso de planeación de marketing
- Calidad, satisfacción y desempeño
- Diseño de objetivos y estrategias
- Planeación estratégica
- Cuatro Ps de la mezcla de marketing

**2. Satisfacción en los clientes**

- Valor, satisfacción, cadena de valor

**3. Información y medición de la demanda del mercado**

- Componentes del sistema de información de marketing
- Sistemas de inteligencia de marketing
- Investigación de mercados
- Microentorno

**4. Entorno del marketing**

- Microentorno
- Microentorno

**5. Conducta de compra del consumidor**

- Factores influyentes en la conducta
- Proceso de decisión de compra
- Mercados de negocios, compras organizacionales
- Participantes del proceso de compra en los negocios

**6. Competencia**

- Identificación de la competencia
- Análisis de la competidores
- Inteligencia competitiva
- Estrategias competitivas
- 

**7. Segmentación de mercadeos**

- Niveles de segmentación de mercados: masivo, de segmento de consumo, de nicho, micromarketing, industriales.
- Selección de mercados meta
- Posicionamiento y propuestas de valor

**8. Posicionamiento**

- Herramientas de diferenciación
- Estrategias de posicionamiento
- Ciclo de vida del producto

**9. Desarrollo de nuevas ofertas de mercado**

- Desarrollo de productos

**10. Estrategias de productos y servicios**

- Mercadeo internacional

### **9. Fijación de precios**

- Factores internos y externos
- Curva de la demanda

### **11. Comunicaciones integradas de marketing**

- Publicidad
- Promociones de ventas
- Relaciones públicas
- Ventas personales
- Marketing directo

- Niveles, características, atributos, marca, empaque, etiquetado y servicios de apoyo.
- Decisiones de la línea de productos, longitud, amplitud, extensión

### **10. Canales de marketing**

- Funciones del canal
- Sistemas verticales de marketing
- Venta al detalle y al por mayor

#### **a. Bibliografía**

1. Kotler, P. (2016) Dirección de Marketing. (15 ed) México: Pearson (DISPONIBLE EN BIBLIOTECA DIGITAL Mc GrawHill y Person)
2. Stanton, W. (2007) Fundamentos de Marketing (14 ed) México: McGraw Hill (DISPONIBLE EN BIBLIOTECA FÍSICA. 658.8 St262f11)
3. Kotler, P. (2017) Fundamentos de Marketing (13 ed) México: Pearson (DISPONIBLE EN BIBLIOTECA DIGITAL Mc GrawHill y Person)
4. Mullins, J. (2007) Administración de Marketing, Un enfoque en la toma estratégica de decisiones (5 ed) México: McGraw Hill (NO DISPONIBLE)