

**TEMARIO**  
**ESTRATEGIAS DE PROMOCION INTERNACIONAL DE MEXICO**  
**MTRA. CATALINA MEJIA**

**UNIDAD I**

**Mercadotecnia Social**

**¿Qué es la ‘‘ Mercadotecnia Social’’?**

**Mercadotecnia Social vs. Mercadotecnia Comercial**

**Conceptos de Mercadotecnia**

Las 4 p's

Orientación al consumidor

Segmentación

Mercado meta

Posicionamiento

**Consejos para la aplicación del Concepto de Mercadotecnia Social**

**Los campos del marketing social**

**UNIDAD II**

**Campañas de cambio social**

**Elementos de una campaña de cambio social**

Causa

Producto social

Agente de cambio

Destinatarios

Canales

**Estrategia de Cambio**

Económicas

Político/ Legal

Educativa

Tecnológicas

**Pasos en un programa de Marketing social**

**UNIDAD III**

**Marketing internacional de Lugares y Destinos**

**El desafío de marketing en la nueva América Latina y El Caribe**

**Factores que generan problemas en ALC**

Fuerzas Internas

Fuerzas Externas

**Principales mercados meta de los mercadólogos de lugares**

**Como venden los lugares los mercadólogos**

Marketing de imagen

Marketing de atractivos

Marketing de infraestructura

Marketing de personas

**Los principales Mercadólogos de lugares**

## **UNIDAD IV**

### **Estrategias de Promoción**

#### **Imagen país**

**El concepto de marca país.**

**La estrategia de internacionalización y la marca país.**

**Análisis de otros países.**

**Programas de co-branding y de afiliación**

**Herramientas para comunicar una imagen**

Esloganes, temas y posiciones

Símbolos Visuales

Eventos y Hechos

Iconos de Marketing

Reacción de imagen negativa

**Elcción de herramientas de influencia extensa**

**Selección de los medios publicitarios**

#### **Viajes de promoción internacionales**

Los viajes comerciales internacionales.

Organización del viaje.

Actividades post-viaje.

#### **Ferias internacionales.**

La importancia de las ferias

Objetivos de la participación

Preparación y organización de ferias internacionales.

Ferias en el mundo.

#### **e-Promoción**

e-Promoción

Banners.

Promoción por e-mail.

## **UNIDAD V**

**Como atraer los mercados de los negocios de turismo**

**Como atraer, retener y expandir los negocios**

**Como expandir las exportaciones y estimular la inversión extranjera**

## **UNIDAD VI**

### **Plan estratégico de promoción internacional**

#### **Proceso de Planeación Estratégica**

Análisis de fortalezas y debilidades

Identificación de oportunidades y amenazas

Establecimiento de la Misión y los objetivos

Formulación de la estrategia

Desarrollo del plan de acción

Ejecución y control