



Consultoría de Mercadotecnia

Datos generales

Nombre de la asignatura		Nivel de formación	Clave de la asignatura
Consultoría de Mercadotecnia		Licenciatura	CU034
Prerrequisito		Area de formación	Departamento
Investigación de Mercados		Especializante Selectiva	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
Academia	Modalidad	Tipo de asignatura	Prerrequisito de % de créditos
Estrategia de Negocios	Presencial	Curso-Taller	0 %

Carga horaria

Teoría Práctica Total Créditos

50 50 100 8

Trayectoria de la asignatura

Contribuye a la formación de profesionistas, con el fin de aplicar los conocimientos teóricos, en áreas prácticas, a fin de desarrollar el crecimiento de las organizaciones, con directivos de alto nivel en un ambiente global y competitivo.

Contenido del programa

Presentación

Adquirir la capacidad a fin de abordar los temas relacionados, con los servicios que se requieren de una consultoría, tales como nuevos productos, posicionamiento, satisfacción del cliente, hábitos de consumo, estudios de opinión.

Objetivos del programa

Objetivo general

Aplicar la herramientas adquiridas, para dar consultoría a empresas de cualquier nivel, con el fin de que lo aprovechen la empresas para el crecimiento y desarrollo de las mismas, dentro los mercados globales.

Los conocimientos, aptitudes, actitudes, valores, capacidades y habilidades que el alumno deberá adquirir con base al desarrollo de la unidad

-

Contenido

Contenido temático

UNIDAD I.-Conceptos y fundamentos en la consultoría

UNIDAD II.-Diagnóstico Organizacional

UNIDAD III.-Análisis del plan de mercados

UNIDAD IV.-Resultados del estudios de factibilidad en mercados de productos y servicios

UNIDAD V.-Análisis de las estrategias de mercados para desarrollar nuevos mercados

UNIDAD VI.-Operatividad y optimización del plan de mercados...

Contenido temático

UNIDAD I – Conceptos y fundamentos en la consultoría

Objetivo: Conocer los conceptos fundamentales de la consultoria.

5 horas.

1.1. ¿Qué es consultoría?

1.2. Ramas de la consultoría

1.3. Características del consultor

1.4. Figuras jurídicas del consultor

1.5. Necesidad y tipos de intervención

UNIDAD II – Diagnóstico Organizacional.

Objetivo: Estructurar y elaborar los diagnósticos de una organización.

7 horas.

2.1. Contacto con el cliente

2.2. Diagnóstico preliminar

2.3. Planeación de la consultoría

2.4. Propuesta del plan de trabajo

UNIDAD III - Análisis del plan de mercados.

Objetivo: Análisis e interpretación del plan de mercados, y conclusiones.

7 horas.

3.1. Elaboración del plan de mercados

3.2. Aplicación del estudio al mercado objetivo

3.3. Información de los resultados al cliente

UNIDAD IV – Resultados del estudios de factibilidad en mercados de productos y servicios

Objetivo: Determinar el espacio que ocupa un bien o servicio, en un mercado específico.

7 horas.

4.1. Recopilación de datos y tratamiento estadísticos

4.2. Situación actual del mercado

4.3. Evaluación del plan

UNIDAD V – Análisis de las estrategias mercados para desarrollar nuevos mercados.

Objetivo: Elaboración de estrategias como, penetración de mercado, desarrollo de mercados, desarrollo de producto y diversificación

7 horas.

5.1. Procesamiento y análisis de datos

5.2. Análisis de la demanda

5.3. Análisis de la oferta

UNIDAD VI - Operatividad y optimización del plan de mercados.

Objetivo: Elaboración e interpretación de los análisis financieros de una empresa, así como sus costos.

7 horas.

6.1. Análisis financiero del plan de mercados

6.2. Comercialización del producto

Actividades prácticas

Visitas guiadas, a empresas, con el fin de conocer la problemática a la que se enfrentan, así como los errores que han cometido las mismas con el fin de evitar los mismos. 2 horas. Congresos, asistir a dos congresos por lo menos, con temas relacionados a la consultoría, impartidos por especialistas en el tema concernientes. 2 horas. Dar consultoría durante el semestre a una empresa, informando de los alcances y beneficios obtenidos por las mismas. 20 horas. Asistencia a la semana de Negomarket.

Metodología

Analítico, descriptivo, reflexivo, deductivo, estudio de casos, conferencias, resolución de casos, investigación.

Diapositivas, libros especializados, revistas, películas, pintarrón, etc.

Evaluación

Se realiza un diagnóstico previo del grupo para ubicar el nivel de los participantes. La evaluación es continua y sumativa, durante el desarrollo del curso. Al final se entregará un reporte o trabajo final. Se deben considerar los porcentajes de los siguientes elementos:

Teoría: 50% (incluye tareas 25% y exámenes 25%)

Práctica: 50% (incluye análisis de casos 25% y proyecto final 25%)

Total: 100%

NOTA: Los exámenes se pueden aplicar de manera presencial o en formato electrónico (plataforma), cualquier día y a cualquier hora.

Calendario Ciclo Escolar 2026 B

Inicio de clases: 17 de agosto 2026

Fin de clases presenciales o virtuales: 11 de diciembre 2026.

Registro y publicación de evaluación continua ORDINARIO: 11 de diciembre 2026.

Registro y publicación de evaluación continua EXTRAORDINARIO: 16 de diciembre 2026.

Descarga de reporte de calificaciones y entrega al departamento de la materia que corresponde: 16 de diciembre 2026.

VACACIONES DE INVIERNO: lunes 19 de diciembre al 6 de enero 2027.

DÍAS NO LABORABLES:

miércoles 16 de septiembre.

lunes 12 de octubre.

lunes 2 de noviembre

lunes 16 de noviembre

PRUEBA DE APTITUD: sábado 7 de noviembre

NEGOMARKET: del 9 al 13 de noviembre

Bibliografías

Bibliografía

Libro

Fundamentos de Marketing

Lamb, Charles; Hair Joseph F; (2007) Thompson No. Ed 4º edición

ISBN:

Libro

Marketing, version para Latinoamerica

Kotler Philip; Armstrong Gary (2007) Pearson Prentice Hall No. Ed 11º edición

ISBN:

Libro

Mapas Mentales para los Negocios

Buzan Tony (2012) Patria No. Ed 2da. edición

ISBN:

Libro

The Service Consultant: Principles of Service Management and Ownership

Garner Ronald A. (2013) Cengage Learning No. Ed 2nd Edition

ISBN: 1133612350

Libro

Career Counseling: A Holistic Approach

Zunker Vernon G. (2012) Cengage Learning No. Ed 8th Edition

ISBN: 1111519528

Otros materiales

Revista: The Role of Marketing Consultants in Business Strategy

Descripción: - Este artículo explora cómo los consultores de marketing ayudan a las empresas a desarrollar estrategias efectivas y a adaptarse a cambios en el mercado.

Revista: Trends in Marketing Consulting: Embracing Digital Transformation

Descripción: - Analiza las tendencias actuales en la consultoría de marketing, enfocándose en la transformación digital y su impacto en las estrategias de marketing.

Revista: The Impact of AI on Marketing Consulting

Descripción: - Examina cómo la inteligencia artificial está revolucionando el campo de la consultoría de marketing, mejorando la eficiencia y la toma de decisiones

Revista: Customer Experience Management: A New Frontier for Marketing Consultants

Descripción: - Este artículo discute la importancia de la gestión de la experiencia del cliente y cómo los consultores pueden ayudar a las empresas a mejorar en este aspecto

Revista: Sustainability in Marketing Consulting: Strategies for the Future

Descripción: · Explora cómo los consultores de marketing pueden integrar prácticas sostenibles en sus estrategias para ayudar a las empresas a ser más responsables socialmente

Revista: Building Brand Loyalty Through Effective Marketing Consulting

Descripción: · Analiza las técnicas que los consultores utilizan para ayudar a las marcas a construir lealtad entre sus clientes

Revista: Marketing Analytics: The Consultant's Guide to Data-Driven Decisions

Descripción: · Este artículo proporciona una guía sobre cómo los consultores pueden utilizar análisis de datos para informar sus estrategias de marketing

Revista: Navigating the Challenges of Global Marketing Consulting

Descripción: · Examina los desafíos que enfrentan los consultores de marketing al trabajar con empresas que buscan expandirse internacionalmente

Revista: The Future of Marketing Consulting: Adapting to Rapid Changes

Descripción: · Discute cómo los consultores deben adaptarse a un entorno de marketing en constante cambio para seguir siendo relevantes y efectivos

Revista: Effective Communication Strategies for Marketing Consultants

Descripción: · Este artículo se centra en la importancia de la comunicación efectiva en el trabajo de consultoría y cómo puede influir en el éxito del proyecto

Perfil del profesor

Estudios de Maestría en las ciencias economico administrativos.Experiencia en consultorías a empresa, de cualquier giro, preferentemente con grado de maestría.Experiencia primordial en investigación de mercados.

Lugar y fecha de su aprobación

Zapopan, Jalisco. 14 de julio 2026

Instancias que aprobaron el programa

Aprobado por Colegio Departamental el 11 de agosto 2026

Academia de Estrategia y Consultoría de Mercados

Mtro. Alberto Alejandro Suastegui Ochoa,
Presidente de la Academia


Centro Universitario de
Ciencias Económicas Administrativa
Departamento de Mercadotecnia
y Negocios Internacionales

Dr. José Sánchez Gutiérrez
Jefe del Departamento