



## LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

### OBJETIVOS GENERALES

Será un profesionalista con sólidos conocimientos de la realidad, mercadológica, económica y administrativa del ámbito empresarial.

Obtendrá un enfoque científico, técnico-metodológico y social, comprometido con una noción moderna del análisis y la estrategia de penetración y colocación en los mercados a nivel estatal, nacional e internacional, siendo también capaz de evaluar información y comprometerse con los valores y actitudes asociadas a la información y comprometerse con los valores y actitudes asociadas a la administración de la Mercadotecnia de índole comercial o política en organizaciones productivas y de servicios. Serás capaz de contribuir a mejorar la calidad de la prestación de los servicios que ofrecen los mercadólogos profesionales y que satisfacen las necesidad de posicionamiento y demandas tanto del sector público como de la empresa privada.

Será agente de cambio en organizaciones productivas y de servicios, ya que estarán la capacidad de identificar y captar la necesidad de crecimiento económico y organizacional en las empresas. Planeará, organizará, dirigirá, controlará y resolverá los problemas colectivos que enfrenta la empresa privada y pública con atención y seguimiento de las decisiones o cursos de acción para la solución de problemas mercadológicos y publicitario; asimismo incursionará en la evaluación y ponderación de sus resultados con compromiso social y en beneficio de su entidad y su país; contará con conocimientos y habilidades para el desarrollo en su trabajo en las áreas que promueven el posicionamiento en los mercados locales, regionales o nacionales. El licenciado en Mercadotecnia, además de un amplio conocimiento del entorno económico, desarrollará un aserie de capacidades técnicas, jurídicas y éticas que le permitan manejar eficientemente las responsabilidades administrativas y de recursos humanos, materiales y financieros a su cargo al desarrollar mercados que tiendan a fortalecer la posición en el entorno comercial de las empresas donde preste sus servicios.

### PERFIL DEL EGRESADO

#### I. LOS CONOCIMIENTOS

- Analizar las diferentes tendencias mercadológicas, de promoción de ventas, de administración, de personal, financieras y publicitarias que se han desarrollado hasta la fecha con base en la cultura organizacional de nuestro país y del entorno ante la globalización económica actual.
- Aplicar las diferentes técnicas de análisis y desarrollo de mercados, a fin de proponer alternativas de solución para la toma de decisiones.
- Diseñar campañas de mercadotecnia política y de publicidad de bienes y servicios.
- Elaborar y evaluar proyectos de inversión propios de la actividad mercadológica.
- Evaluar los fundamentos jurídicos de las soluciones mercadológicas propuestas.

#### II. LAS HABILIDADES

- Desarrollar visiones de conjunto en el planteamiento de problemas mercadológicos.
- Aplicar los conocimientos en forma crítica, buscando siempre la adaptación de teorías o métodos a soluciones concretas.
- Conducir eficazmente grupos multidisciplinarios que combinadamente coadyuven al logro de metas de desarrollo de mercados .
- Asesorar en el diseño e implantación de estrategias para incrementar las ventas de una empresa.
- Establecer estrategias para generar fuentes de trabajo mediante el aumento de las ventas y la reinversión en la empresa.
- Negociar adecuadamente proyectos de mercadotecnia.
- Operar sistemas de cómputo y comunicación para el procesamiento de la información de mercados.
- Fundamentar con el análisis e integración de información mercadológica la toma de decisiones empresariales.
- Seleccionar las metodologías más adecuadas para realizar investigaciones y fundamentar decisiones de inversiones.
- Diseñar los métodos y procedimientos para el desarrollo de las estrategias de ampliación de mercados.

#### III. LAS ACTITUDES

- De veracidad en el servicio de investigación mercadológica.
- De oportunidad y puntualidad en los compromisos profesionales adquiridos en lo referente a las propuestas estratégicas de desarrollo de mercados.
- De aprendizaje permanente y actualización continua en lo referente a las teorías y métodos del análisis de mercados.
- De responsabilidad y ética en la formulación de campañas.
- De análisis y reflexión en lo referente a los proyectos de mercadotecnia propuestos
- De liderazgo en la conducción de grupos que queden a su mando en los proyectos de mercado a desarrollar.

3 años

### IV. LAS DESTREZAS

- Capacidad para mantener una situación emocional estable en el ámbito laboral.
- Sentido del orden y la sistematización en el manejo de la información mercadológica.
- Capacidad de discernimiento entre lo esencial y lo secundario en los proyectos de inversión o comerciales propuestos.
- Capacidad de persuasión y convencimiento en la toma de decisiones empresariales.
- Claridad para plantear problemas propios de la Mercadotecnia
- Audacia para proponer innovaciones y soluciones creativas en los ámbitos de desarrollo de mercados y la publicidad.

### CURRICULA

#### Primer Cuatrimestre

- Hábitos de Lectura y Comunicación Oral
- Tecnologías del Aprendizaje aplicadas a la Metodología de la Investigación
- Pensamiento Creativo
- Fundamentos de Mercadotecnia
- Inglés I

#### Segundo Cuatrimestre

- Publicidad I: Mezcla Promocional
- Diseño y Desarrollo de Productos
- Ética y Valores
- Diseño Publicitario
- Inglés II

#### Tercer Cuatrimestre

- Publicidad II: Creatividad
- Mercadotecnia Industrial y de Servicios
- Pensamiento lógico y Crítico
- Psicología del Consumo
- Inglés III

#### Cuarto Cuatrimestre

- Publicidad III: Redacción Publicitaria
- Régimen Legal de la Mercadotecnia
- Producción Publicitaria
- Canales de Distribución y Política de Precios
- Inglés IV

#### Quinto Cuatrimestre

- Publicidad IV: Desarrollo de Campañas
- Mercadotecnia Política
- Comunicación Organizacional
- Segmentación de Mercados
- Inglés V

#### Sexto Cuatrimestre

- Publicidad V: Análisis de Medios
- Administración Financiera
- Estadística Administrativa
- Imagen Corporativa
- Inglés VI

#### Séptimo Cuatrimestre

- Publicidad VI: Manejo de Marca
- Entorno Económico
- Investigación de Mercados
- Administración Financiera II
- Inglés VII

#### Octavo Cuatrimestre

- Publicidad VII Marketing Digital
- Desarrollo de Franquicias
- Mercadotecnia Internacional
- Administración Estratégica de las Ventas
- Inglés VIII

#### Noveno Cuatrimestre

- Emprendedurismo
- Plan de Marketing
- Proyectos de Inversión
- Seminario de Tesis
- Inglés IX

DE PASIÓN POR LA EDUCACIÓN  
CON CALIDAD Y EXCELENCIA

3 años