

Perfil de Egresado

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia proporcionará a la sociedad en general, y a la organización en particular, la seguridad y confianza en la calidad de su trabajo, puesto que se convierte en el especialista de comprender las necesidades y deseos de los consumidores para satisfacerlas a través del desarrollo de estrategias de precios, productos, promociones y logísticas adecuadas a la comercialización.

Dentro de este marco se define el perfil del Licenciado en Mercadotecnia, con base en cuatro aspectos fundamentales

ACTITUDES

- Facilidad de organizarse en equipos de trabajo
- De constante actualización en las diferentes áreas del conocimiento mercadológico
- Gusto por el estudio de las modalidades reactivas
- Gusto e interés por la investigación
- Actitud analítica y de observación de circunstancias específicas dentro del ámbito de mercadeo.

HABILIDADES

- En el análisis y aprovechamiento de oportunidades de negocio y monitoreo del ambiente competitivo
- En la toma de decisiones oportunas y claras para la organización
- Para realizar adaptaciones a los productos y servicios para cubrir las expectativas de diferentes segmentos.
- En el manejo de la creatividad para el desarrollo de nuevos productos.

DESTREZAS

- Dominio del lenguaje
- Observación, discriminación y sistematización
- Ingenio y comprensión aritmética
- Dominio del símbolo y relaciones abstractas
- Razonamientos verbal, abstracto y de relaciones espaciales.

LICENCIATURAS

CONOCIMIENTOS

- El egresado de esta licenciatura obtendrá y aplicará los conocimientos adquiridos en la elaboración y administración de estrategias publicitarias y promocionales
- En la investigación y análisis de las necesidades y deseos de los consumidores
- En el desarrollo y adaptación de los productos y servicios para los mercados que así lo soliciten
- En la administración de las ventas, compras y comercialización de cualquier organización social.
- En la evaluación objetiva de los resultados obtenidos de acuerdo a las estrategias seguidas por la empresa
- En los factores internos y externos que afectan las decisiones administrativas de la organización en general y las de comercialización en particular
- En el desarrollo de investigaciones de mercado, relaciones públicas, administración de las ventas, comercio internacional, publicidad y logística.

LICENCIATURAS

Listado de Materias

Primer Cuatrimestre

- Introducción a la Administración
- Introducción a la Contabilidad
- Matemáticas Básicas
- Fundamentos de Mercadotecnia
- Informática I
- Metodología de la Investigación

Tercer Cuatrimestre

- Planeación y Control Administrativo
- Contabilidad II
- Probabilidad
- Derecho Civil
- Informática III
- Investigación de Mercados

Quinto Cuatrimestre

- Economía
- Administración de la Mercadotecnia
- Administración Financiera
- Derecho Laboral
- Sociología de la Organización
- Publicidad I

Septimo Cuatrimestre

- Microeconomía
- Administración de Ventas
- Calidad en el Servicio a Clientes
- Calidad y Productividad
- Publicidad III

Segundo Cuatrimestre

- Proceso Administrativo
- Contabilidad I
- Matemáticas Financieras
- Derecho Constitucional
- Informática II
- Mercadotecnia

Cuarto Cuatrimestre

- Integración de la Mercadotecnia
- Dinámica Social
- Estadística
- Derecho Mercantil
- Informática IV
- Mercadotecnia Industrial

Sexto Cuatrimestre

- Administración de Personal
- Macroeconomía
- Administración de Recursos Financieros
- Derecho Fiscal
- Publicidad II

Octavo Cuatrimestre

- Temas Selectos de Mercadotecnia
- Investigación de Operaciones
- Desarrollo de Nuevos Productos
- Estrategias de Mercadotecnia
- Administración Estratégica

LICENCIATURAS

Noveno Cuatrimestre

- Comercio Internacional
- Mercadotecnia Internacional
- Negocios Detallistas
- Administración de la Distribución
- Sistemas de Administración de la Calidad

Decimo Cuatrimestre

- Seminario de Tesis
- Comportamiento del Consumidor
- Calidad Global
- Seminario de Mercadotecnia
- Informática para Mercadotecnia