

Licenciatura en Mercadotecnia

Descripción

¿Impulsa tu futuro con la Licenciatura en Mercadotecnia en Línea!

Te invitamos a ser parte de una experiencia educativa única y flexible que te permitirá estudiar desde donde estés, adaptando tus tiempos y actividades sin comprometer la calidad de tu formación. La Licenciatura en Mercadotecnia en Línea es tu oportunidad de desarrollar habilidades clave en el mundo del marketing digital, la investigación de mercados, y la creación de estrategias comerciales innovadoras, todo desde la comodidad de tu hogar.

¿Por qué elegir la Licenciatura en Mercadotecnia en Línea?

- Flexibilidad Total
- Formación Integral
- Acceso a Expertos
- Innovación y Tecnología

Con la Licenciatura en Mercadotecnia en Línea, podrás acceder a un mundo de oportunidades sin barreras geográficas. Ya sea que desees emprender tu propio negocio, trabajar en grandes corporaciones, o especializarte en marketing digital, esta carrera te prepara para todo.



DURACIÓN: 3 AÑOS COMPLETAMENTE EN LINEA

OBJETIVO

El Licenciado en Mercadotecnia, estudia, diagnostica y estimula el desarrollo de productos, concibe estrategias de mercado, organiza sesiones de grupo y desarrollo de servicios comerciales con estrategias que impacten en el consumidor. Es por ello, que nuestros docentes son de primera línea.

En la Licenciatura estudiarás la competitividad en las organizaciones, generarás habilidades para identificar oportunidades y amenazas en el mercado, y sobre esa plataforma, planear estrategias de mercadotecnia, así

como desarrollar campañas promocionales y publicitarias, para analizar y determinar precios en productos y servicios. Tu aprendizaje es importante para nosotros.

[Licenciatura en Mercadotecnia Descarga](#)

PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

RVOE SEP: 2006574 15/12/2006

1er Cuatrimestre

- >Administración
- >Comunicación y Caracteres Persuasivos
- >Metodología de la Investigación
- >Plan de Negocios en Mercadotecnia

2do Cuatrimestre

- >Estadística y Probabilidad
- >Comunicación y sus Medios
- >Economía de la Empresa
- >Contabilidad

3er Cuatrimestre

- >Técnicas y Estrategias de Negociación
- >Marco Jurídico de la Mercadotecnia
- >Macroeconomía
- >Introducción a la Mercadotecnia

4to Cuatrimestre

- >Costos y Presupuestos
- >Creatividad, Idea e Imagen
- >Planeación y Comercialización Creativa
- >Investigación de Mercados

5to Cuatrimestre

- >Publicidad y Promoción
- >Estrategias Competitivas
- >Administración de Ventas, Servicio y Atención al Cliente
- >Mercadotecnia Internacional

6to Cuatrimestre

- >Negocios Internacionales

- >Publicidad en Medios
- >Desarrollo de Cadenas de Valor
- >Desarrollo Comercial y de Servicios

7mo Cuatrimestre

- >Desarrollo Empresarial
- >Administración de Operaciones y Logística
- >Normalización y Certificación
- >Diseño y Desarrollo de Nuevos Productos

8vo Cuatrimestre

- >Mercadotecnia Social y de Servicios
- >Psicología de Consumo
- >Análisis de Problemas y Toma de Decisiones
- >Gerencia de Marca

9no Cuatrimestre

- >Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión
- >Diseño de Marca, Registro, Uso y Patente
- >Temas Selectos de Mercadotecnia
- >Proyecto Empresarial

PERFIL DE INGRESO

El perfil de ingreso a la Licenciatura en Mercadotecnia incluye diversas habilidades y competencias clave:

- Intereses en negocios y marketing: Curiosidad sobre el comportamiento del consumidor y pasión por la creatividad e innovación en estrategias de marketing.
- Habilidades de comunicación: Capacidad de expresión verbal y escrita clara, y habilidades de escucha activa para entender las necesidades del cliente.
- Pensamiento analítico: Resolución de problemas y manejo básico de herramientas digitales y análisis de datos.
- Habilidades numéricas: Interpretación de datos y matemáticas, y comprensión básica de estadísticas.
- Trabajo en equipo y liderazgo: Capacidad de colaborar eficazmente y tomar la iniciativa en proyectos.

- Conocimiento general: Intereses por la cultura, tendencias y una comprensión básica de economía y finanzas.
- Actitud emprendedora: Proactividad, creatividad, resiliencia y adaptación al cambio.
Valores éticos y responsabilidad social:
Compromiso con la ética y la aplicación de prácticas de marketing responsables.

PERFIL DE EGRESO

- Conocimientos en Mercadotecnia: Comprensión de principios, gestión de productos, marketing digital, y realización de investigaciones de mercado.
- Habilidades analíticas: Capacidad para interpretar datos y tomar decisiones estratégicas basadas en información de mercado.
- Comunicación y negociación: Habilidad para comunicar estrategias y negociar eficazmente con diferentes públicos.
- Creatividad e innovación: Capacidad para desarrollar campañas publicitarias y generar soluciones creativas ante retos comerciales.
- Liderazgo y trabajo en equipo: Habilidad para gestionar equipos y colaborar eficazmente en proyectos.
- Ética y responsabilidad social: Compromiso con la ética profesional y la responsabilidad social en las estrategias de marketing.
- Emprendimiento y visión global: Capacidad para identificar oportunidades de negocio y comprender dinámicas globales de marketing.
- Manejo de herramientas digitales: Dominio de herramientas digitales y adaptación a nuevas tecnologías emergentes.
- Gestión de proyectos: Habilidad para planificar, ejecutar y evaluar proyectos de marketing.
- Formación continua: Compromiso con la actualización constante en las tendencias y herramientas del marketing.
- Este perfil prepara al egresado para afrontar retos en el ámbito de la mercadotecnia con una visión estratégica, ética y emprendedora.

CAMPO LABORAL



El campo de trabajo de los egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia

En el Área de marketing como mercadólogo aplica tus conocimientos y el quehacer profesional en programas y acciones de organizaciones, empresas y de gobierno para difundir un estilo de producto y servicio.

Como profesional independiente, promoviendo el pensamiento estratégico de las empresas con la habilidad de comunicar las cosas de forma clara y concisa a la sociedad.

Las Áreas de mercadotecnia deben de reconocer y buscar los orígenes de las necesidades, y trazar los planes de acción tendientes a resolver las necesidades del cliente y sobre todo, como independiente y asesor en procesos mercadológicos.

Trabajarás en agencias de publicidad, agencias de medios, departamentos de mercadotecnia, agencias de investigación de mercados.

Fecha de creación

noviembre 22, 2024

Autor

editor-teuq