
LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

OBJETIVOS:

Formar Licenciados en Mercadotecnia con sólida preparación profesional y humanista comprometidos con el desarrollo regional y nacional, capaces de diseñar e implementar estrategias mercadológicas de producto, precio, plaza y promoción para dar respuesta a la demanda de organizaciones nacionales e internacionales dentro de un esquema de globalización de los mercados, a través de la investigación y generación de valor en los procesos de intercambio de bienes y servicios con un sentido ético, que contribuya al cuidado del medio ambiente.

PERFIL DEL ASPIRANTE:

Es recomendable que el estudiante que aspire a ingresar a la Carrera de Licenciado en Mercadotecnia, posea los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes:

Conocimientos Básicos en las áreas:

- Español
- Matemáticas
- Ciencias Naturales
- Ciencias Sociales
- Ciencias Económicas Administrativas.
- Ciencias Sociales
- Matemáticas para la Estadística.

Habilidades Básicas:

- Verbales.
- Razonamiento matemático.

Actitudes:

- Creatividad e iniciativa.
- Inquietud Intelectual
- Solidaridad.
- Disciplina
- Imaginación.

PERFIL DEL EGRESADO:**CONOCIMIENTOS:**

1. Diseñar satisfactores estratégicos apropiados para atender a los mercados actuales y potenciales considerando las oportunidades y amenazas en el entorno global.
2. Identificar los métodos y técnicas más adecuados para la recolección, análisis, organización e interpretación de datos para los propósitos de la investigación de mercados.
3. Identificar estrategias de comercializaciones eficientes y eficaces, a través del desarrollo de productos, políticas de precios, distribución e instrumentos de producción a fin de ubicar la oferta en los mercados globales.
4. Desarrollar planes comerciales en el mercado nacional e internacional para instrumentar estrategias de mercados.
5. Aplicar los métodos cuantitativos para la solución de problemas que son importantes en el quehacer mercadológico para la toma de decisiones.
6. Integrar los conceptos teóricos metodológicos que permitan desarrollar e implementar estrategias de promoción y publicidad a través del análisis del entorno económico, político y social.
7. Desarrollar la capacidad creativa que permita la búsqueda de nuevos procedimientos de comercialización.

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

8. Desarrollar la metodología para llevar a cabo investigaciones de mercado conforme a las últimas técnicas y con el auxilio de las más modernas tecnologías.

HABILIDADES:

1. Utilizar la función de mercadotecnia en una organización y su interacción con las áreas funcionales.
2. Evaluar el entorno de la empresa, mediante la recopilación, clasificación y la información de los mercados a fin de utilizarla eficazmente en la toma de decisiones.
3. Aplicar la mezcla de mercadotecnia para satisfacer las necesidades del consumidor.
4. Evaluar los planes de Mercadotecnia para detectar el desempeño organizacional, a fin de hacer las adecuaciones necesarias de acuerdo a la evolución del entorno.
5. Dirigir la inteligencia de mercado hacia una gestión del conocimiento en el ámbito organizacional actual.
6. Planificar un liderazgo que propicie el crecimiento del capital humano para lograr la mejora en el desempeño organizacional.
7. Utilizar la cultura de orientación a los mercados para que la organización de la empresa se oriente a la satisfacción del cliente en armonía con el entorno.
8. Diseñar una coordinación interfuncional a fin de lograr la participación del cliente interno para dar satisfacción al cliente externo.
9. Usar eficientemente las nuevas tecnologías aplicables a la mercadotecnia para satisfacer las necesidades del servicio al cliente.
10. Innovar para dar satisfacción al mercado mediante un espíritu creativo en la solución de problemas.
11. Usar la comunicación en otras lenguas para su integración en los mercados globales.

ACTITUDES:

1. Desempeño ético en su vida personal y profesional en beneficio de la sociedad.
2. Superación permanente para tener una ventaja competitiva.
3. Responsabilidad social, con una conciencia que promueva el bienestar del hombre.
4. Espíritu de servicio a la comunidad.
5. Objetividad e independencia de juicio.
6. Disposición hacia el trabajo en equipo.
7. Creatividad e iniciativa en su desempeño profesional.
8. Respeto a la naturaleza en su actividad profesional.
9. Liderazgo empresarial de acuerdo a la dinámica de los negocios nacionales como internacionales.

CAMPO DE TRABAJO:

El egresado de la Carrera de Mercadotecnia podrá desarrollarse profesionalmente en los sectores público y privado, puede prestar sus servicios en forma dependiente e independiente. Adicionalmente con los conocimientos adquiridos en su formación le brinda la posibilidad de emprender su propio negocio y fomentar la generación de oportunidades de empleo.

Ahora bien tomando en cuenta su formación profesional el egresado podrá ofrecer entre otros los siguientes servicios:

- Desarrollar e implementar planes de mercadotecnia.
- Diseño e implementación de sistemas de información e investigaciones de mercados
- Planeación y control de las estrategias para fijación de precios.
- Planeación y desarrollo de Campañas Publicitarias.
- Elaborar Planes Estratégicos de Mercadotecnia.
- Implementar Planes de Ventas.
- Consultoría para la toma de decisiones

DURACIÓN:

Ocho semestres.

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

PLAN DE ESTUDIOS

**PLAN 2008
CARRERA 59**

Primer Semestre	T	P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
INTRODUCCIÓN A LA FUNCIÓN EMPRESARIAL	2	2	6	C. ECO. ADMVO.	ADMN. BASICA
INTRODUCCION A LA CONTABILIDAD	2	3	7	C. ECO. ADMVO.	CONTADURIA
MICROECONOMÍA	3	2	8	C. ECO. ADMVO.	ECONOMIA
MERCADOTECNIA	4	1	9	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
INFORMATICA APLICADA	2	3	7	C. BASICAS	SIST. DE INFORM.
INTRODUCCIÓN AL DERECHO	3	1	7	C. SOC. Y HUM.	DERECHO
MATEMÁTICAS BÁSICAS	1	3	5	C. BASICAS.	MATEM. Y FÍSICA.
Segundo Semestre					
ADMINISTRACIÓN	3	2	8	C. ECO. ADMVO.	ADMN. BASICA
ANALISIS DE COSTOS	2	3	7	C. ECO. ADMVO.	CONTADURIA
MACROECONOMÍA	3	2	8	C. ECO. ADMVO.	ECONOMIA
MATEMÁTICAS FINANCIERAS	2	3	7	C. BASICAS	MATEM. Y FISICA
DERECHO MERCANTIL	4	0	8	C. SOC. Y HUM.	DERECHO
PSICOLOGÍA APLICADA A LA EMPRESA	2	1	5	C. SOC. Y HUM.	PSICOLOGIA
EXPRESIÓN ESCRITA	2	1	5	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
Tercer Semestre					
ÉTICA PROFESIONAL	3	1	7	C. SOC. Y HUM.	FILOSOFÍA
DERECHO INTERNACIONAL	2	3	7	C. SOC. Y HUM.	DERECHO
ESTADISTICA I	2	3	7	C. BASICAS	ESTADISTICA
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	3	2	8	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	3	1	7	C. SOC. Y HUM.	EDUCACION
COMPRAS	2	1	5	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
MERCADOTECNIA DE SERVICIOS Y SOCIAL	2	2	6	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
Cuarto Semestre					
FINANZAS I	3	2	8	C. ECO. ADMVO.	FINANZAS
ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	3	1	7	C. ECO. ADMVO.	REC. HUMANOS
ESTADISTICA II	2	3	7	C. BASICAS	ESTADISTICA
INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES	3	2	8	C. BÁSICAS	MATEM. Y FÍSICA
DISEÑO GRÁFICO	2	3	7	C. DISE. Y CONS.	DISEÑO GRÁFICO
INVESTIGACION DE MERCADOS I	3	3	9	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
Quinto Semestre					
PUBLICIDAD I	2	2	6	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA	2	2	6	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
INVESTIGACION DE MERCADOS II	2	2	6	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
FINANZAS II	2	3	7	C. ECO. ADMVO.	FINANZAS
ANALISIS MULTIVARIADO	2	3	7	C. BASICAS	ESTADISTICA
RELACIONES PÚBLICAS	2	1	5	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
DESARROLLO DE PRODUCTOS	2	3	7	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
Sexto Semestre					
PUBLICIDAD II	2	3	7	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
FIJACIÓN DE PRECIOS	2	3	7	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
MERCADOTECNIA INTERNACIONAL	3	2	8	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
CALIDAD	3	2	8	C. ECO. ADMVO.	REC. HUMANOS
DISEÑO DE ENVASE, EMPAQUE Y EMBALAJE	2	2	6	C. DISE. Y CONS.	DIS. DE IMA. Y PRO.
VENTAS I	3	2	8	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
Séptimo Semestre					
GERENCIA DE MARCA	2	2	6	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA	3	2	8	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
OPTATIVA PROFESIONALIZANTE	2	3	7	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
VENTAS II	2	2	6	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
EMPRENEDORES	2	2	6	C. ECO. ADMVO.	ADMINISTRACIÓN
PROMOCIÓN DE VENTAS	2	2	6	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

	T	P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
MERCADOTECNIA POLÍTICA	2	2	6	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
Octavo Semestre					
IMAGEN PERSONAL Y CORPORATIVA	1	2	4	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
SEMINARIO DE MERCADOTECNIA	2	3	7	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
OPTATIVA PROFESIONALIZANTE	2	3	7	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
OPTATIVA PROFESIONALIZANTE	2	3	7	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
COMERCIO ELECTRÓNICO	1	3	5	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
TENDENCIAS MODERNAS DE MERCADOTECNIA	2	2	6	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA

MATERIAS OPTATIVAS PROFESIONALIZANTES

ÉNFASIS	MERCADOTECNIA
ÉNFASIS	PUBLICIDAD
ÉNFASIS	COMERCIO EXTERIOR
ÉNFASIS	LOGÍSTICA

PROGRAMAS INSTITUCIONALES

- Prácticas Profesionales
- Servicio Social
- Tutorías
- Movilidad e Intercambio Académico
- Fomento a las Lenguas Extranjeras
- Programa de Formación Humanista

REQUISITOS DE TITULACIÓN

- Haber cumplido con el requisito del servicio social.
- Comprobar que no se tiene adeudo alguno con la Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Haber cubierto con la cuota establecida en el plan de arbitrios para la obtención del título.
- Haber presentado el examen de egresados.
- Haber acreditado un segundo idioma.

Además de los requisitos antes señalados, el egresado deberá cubrir los siguientes aspectos:

- 9 créditos de Formación Humanista
- 240 horas de Prácticas Profesionales