



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES

Centro de Ciencias Económicas y Administrativas

Lic. en Mercadotecnia

🎓	Título:	Lic. en Mercadotecnia
✍️	Plan:	2020
📊	Carrera:	56
🕒	Duración:	8 semestres
★	Créditos:	365
📖	Modalidad:	Presencial
📍	Lugar de impartición:	Campus Central



OBJETIVO

Formar licenciados en Mercadotecnia, líderes en la dirección estratégica de marketing y ventas, Inteligencia de mercados, generación de valor para el cliente, promoción y distribución, y creatividad y generación de negocios, así como el emprendimiento de un negocio con enfoque humanista, sostenible, global y ético que fomenten la calidad de vida de los clientes para lograr una sociedad más equitativa y justa.

PERFIL DE INGRESO

De acuerdo con la normatividad institucional vigente, el perfil de ingreso se ajusta a las áreas que son evaluadas por el examen de ingreso correspondiente y/o a los procedimientos institucionales aprobados "Con base en la normatividad institucional, el aspirante aplicará el examen de ingreso de conocimientos y habilidades para lograr los objetivos del plan de estudios". Además de los requisitos de ingreso, es deseable que el aspirante muestre:

- Hábito de lectura y técnicas de estudio
- Capacidad de resolución de problemas
- Habilidad de trabajar en equipo
- Desarrollo de habilidades del pensamiento (capacidad de análisis)
- Gusto por aprender e indagar
- Conocer nuevas cosas
- Habilidad de relacionarse con otras personas
- Habilidad por las Tecnologías de la Información (TIC)
- Espíritu de servicio
- Actitud proactiva
- Alto grado de responsabilidad
- Independiente y capacidad de persuadir a las personas

PERFIL DEL EGRESADO

Habilidades para:

- Desarrollar e implementar estrategias creativas para garantizar el éxito de la función de marketing.
- Diseñar, dirigir e implementar planes y programas de marketing estratégico y operativo para fortalecer a las organizaciones en la comercialización de bienes y servicios.
- Diseñar y desarrollar estrategias de tangibles e intangibles acordes a las necesidades que los mercados demandan para satisfacer sus necesidades.
- Explicar el comportamiento del consumidor mediante la investigación de mercados y las técnicas avanzadas de análisis del mercado.
- Aplicar las métricas del marketing adecuadas para evaluar los resultados de las estrategias implementadas.
- Diseñar, implementar y evaluar las estrategias que generen valor a través de la co-creación y coproducción para fidelizar a los clientes y los mercados
- Implementar las tendencias de marketing que tengan un impacto en el desarrollo de la organización.
- Elegir, diseñar y aplicar estrategias de la mezcla promocional para generar valor de la marca y conseguir mayor número de clientes.
- Proponer y emprender acciones paralelas de marketing tradicional y digital, así como de publicidad programática y estratégica.
- Aplicar las metodologías de desarrollo de nuevos productos y negocios e implementar estrategias de expansión a fin de generar mayor cobertura de mercado.
- Determinar las estrategias esenciales de precios y de distribución de productos para acercar el producto al cliente al momento que lo requiere y al precio más adecuado al mercado.
- Aplicar procesos de posicionamiento y diferenciación de productos y servicios para favorecer su éxito en el mercado y conseguir una ventaja competitiva.
- Escuchar, hablar, escribir y leer en idioma inglés a nivel básico para facilitar el acceso, el intercambio, y la comprensión de la información producida en ese idioma.

PERFIL DEL EGRESADO

Conocimientos:

- Dirección e implementación de marketing estratégico y operativo
- Dirección de ventas, implementación de técnicas de venta y dirección comercial.
- Metodologías del comportamiento de los mercados y del consumidor a través de la investigación de mercados y Neuromarketing.
- Herramientas para la medición del éxito de la estrategia de marketing.
- Las principales tendencias estratégicas en marketing.
- Mezcla promocional, herramientas de colaboración y networking.
- Estrategias de publicidad programática y programas integrales de publicidad.
- Dirección de marketing digital, Sistemas de posicionamiento digital, Estrategias de Marketing online, automatización y analítica web.
- Metodologías y técnicas de creatividad enfocadas a la generación de innovaciones que desarrollen una ventaja competitiva en la organización.
- Dirección e implementación de modelos de negocio y emprendimiento.
- Diseño estratégico de los precios y los canales de distribución.
- Las áreas funcionales de la empresa y de apoyo para coadyuvar a la dirección de marketing y la toma de decisiones.
- Idioma inglés a nivel básico.

ACTITUDES

- Adaptabilidad
- Creatividad
- Curiosidad intelectual
- Disciplina
- Empatía
- Espíritu de servicio
- Liderazgo
- Proactiva e innovadora
- Trabajo en equipos multidisciplinario (Co-working)

VALORES

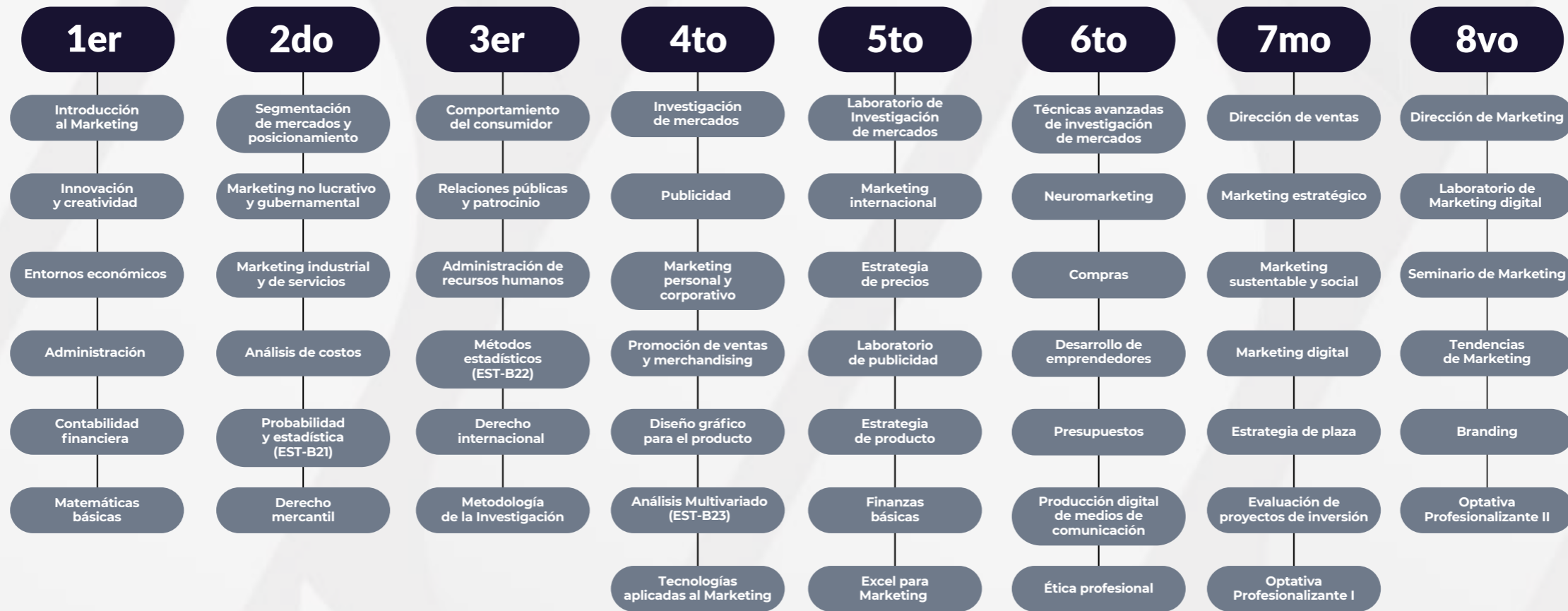
- Autonomía y pluralismo
- Calidad
- Equidad e igualdad
- Excelencia
- Honestidad
- Humanismo
- Puntualidad
- Respeto
- Responsabilidad social y ética
- Sustentabilidad

CAMPO DE TRABAJO

El licenciado en mercadotecnia tiene un perfil muy amplio lo que le permite participar en diversos ámbitos de desempeño profesional. A continuación, se enlistan de manera enunciativa, más no limitativa, los espacios laborales que puede ocupar el egresado del programa educativo:

- Puede desempeñarse en las organizaciones públicas y privadas (en el sector industria, comercio y servicios) desarrollando planes de marketing para atender al mercado de productos y servicios.
- En agencias de investigación de mercados en el desarrollo de estudios que permitan apoyar la toma de decisiones con información de calidad proveniente del mercado.
- En agencias de publicidad en las que pueden participar como responsables de cuenta para que logren el posicionamiento de las marcas, los productos y/o servicios.
- En organizaciones internacionales para lograr estrategias de distribución que les permitan un alcance planeado de acuerdo con los objetivos de expansión empresarial.
- En organizaciones no lucrativas desarrollando marketing social que permita apoyar en la gestión de esfuerzos para lograr los objetivos en el mercado potencial.
- Como líder de un equipo de marketing digital para generar conocimiento del consumidor, tomar decisiones en la mezcla de marketing, diseñar campañas digitales y automatizar los procesos de marketing digital.
- Como consultor independiente en el que apoya a las organizaciones privadas y públicas en la solución de problemas del mercado, así como asesorar a lo interno de la empresa u organización en las funciones del marketing.
- En organizaciones de educación superior como directivo en el desarrollo de planes y programas académicos o bien como docente en alguna de ellas.
- Puede desarrollar acciones emprendedoras con la creación de negocios viables en cualquier ámbito organizacional.
- Como consultores de imagen pública desarrollando estrategias para promover y posicionar a personas en el ámbito político, social, negocios, o bien desempeñando actividades de relaciones públicas para los negocios.
- Su perfil puede colocarlos en diferentes puestos a nivel interno a la empresa ya sea como director o gerente de ventas, gerente de marca, gerente de publicidad y promoción, director de investigación de mercados, a nivel externo como capacitador y consultor empresarial o político.

Mapa Curricular de la Lic. en Mercadotecnia



Programa Institucional de Lenguas Extranjeras
Programa Institucional de Formación Humanista

Servicio Social (Curso de inducción)
Prácticas Profesionales (Curso de inducción)

Programa Institucional de Servicio Social
Programa Institucional de Prácticas Profesionales

Requisitos de Egreso y Titulación

Materias Obligatorias
Materias Optativas Profesionalizantes

353 créditos
12 créditos

Programa Institucional de Formación Humanista
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras
Programa Institucional de Servicio Social
Programa Institucional de Prácticas Profesionales
Examen de Egreso

9 créditos¹
Acreditar
500 horas
240 horas²
1 examen

¹ Con base en la aprobación del Programa Institucional de Formación Humanista (PIFH) por parte del H. Consejo Universitario el día 15 de diciembre de 2011, donde se establece que los contenidos de este requisito de titulación pueden ser incluidos en los Planes de Estudio, y atendiendo la tipología de PRODEP, respecto a Práctico (P). Son programas cuyos egresados se dedicarán principalmente a la práctica profesional. La comunicación de la práctica profesional tiene una función predominante. No contienen una proporción grande de cursos básicos de ciencias o humanidades. Sus cursos tampoco requieren mucho tiempo de atención por alumno. Ejemplos de estos programas son, en el nivel de licenciatura, la administración, la contabilidad y el derecho.

Los estudiantes que cursen este Plan de Estudios, darán cumplimiento a los 9 créditos que contempla el Programa de la siguiente forma:

- 3 créditos a través de los contenidos de las materias de: Introducción al Marketing, Innovación y creatividad, Entornos económicos, Administración, Matemáticas básicas, Marketing no lucrativo y gubernamental, Probabilidad y estadística, Derecho Mercantil, Comportamiento del consumidor, Relaciones públicas y patrocinio, Administración de recursos humanos, Métodos estadísticos, Derecho internacional, Metodología de la Investigación, Investigación de mercados, Publicidad, Marketing personal y corporativo, Marketing internacional, Laboratorio de publicidad, Finanzas Básicas, Desarrollo de emprendedores, Ética profesional y Marketing sustentable y social.

- 6 créditos que deberán acreditar del primero al cuarto semestre a través del resto de las modalidades que plantea el PIFH: Cursos, actividades personales y/o eventos validados por el Centro Académico ante el DAFI.

² Se cumplirá este requisito de acuerdo a los lineamientos establecidos en el Programa Institucional de Prácticas Profesionales vigente.