UIN | UNIVERSIDAD INSURGENTES

Licenciatura en Mercadotecnia e Inteligencia de Mercados

Modalidad Mixta

Evoluciona con el mundo, mientras te profesionalizas y combinas tu tiempo con otras actividades sin interrumpir tus estudios ni perderte la experiencia universitaria.

Aprende a aplicar soluciones hoy para tu futuro laboral con ayuda de la tecnología, docentes con experiencia y capacitados para enseñar tanto en aulas como en línea, **¡un modelo mixto que te permite alcanzar tus objetivos!**

Google Workspace for Education | Open LMS | Blackboard collaborate | PortalUIN

Las Nuevas Licenciaturas Mixtas te ofrecen:

Tecnología para el aprendizaje:

Estudiarás bajo un modelo innovador con tecnologías especializadas para la educación como es la plataforma **Open LMS**, aulas virtuales de **Blackboard Collaborate** y el mejor complemento para tu educación: **Google Workspace for Education Plus**. Asimismo contarás con **asesorías presenciales por las tardes** en donde docentes altamente calificados aclararán todas tus dudas y **vivirás al máximo la experiencia universitaria**.

Balance de horas:

Modelo educativo que **te permite estudiar y trabajar al mismo tiempo**. Gracias al uso de las herramientas digitales, **desarrollarás todo tu potencial al adquirir conocimientos en línea y presencialmente**, pues asistirás a tu plantel **4 horas, 1 o 2 días a la semana para maximizar tu aprendizaje, ¡lo mejor de dos modelos educativos en uno**!

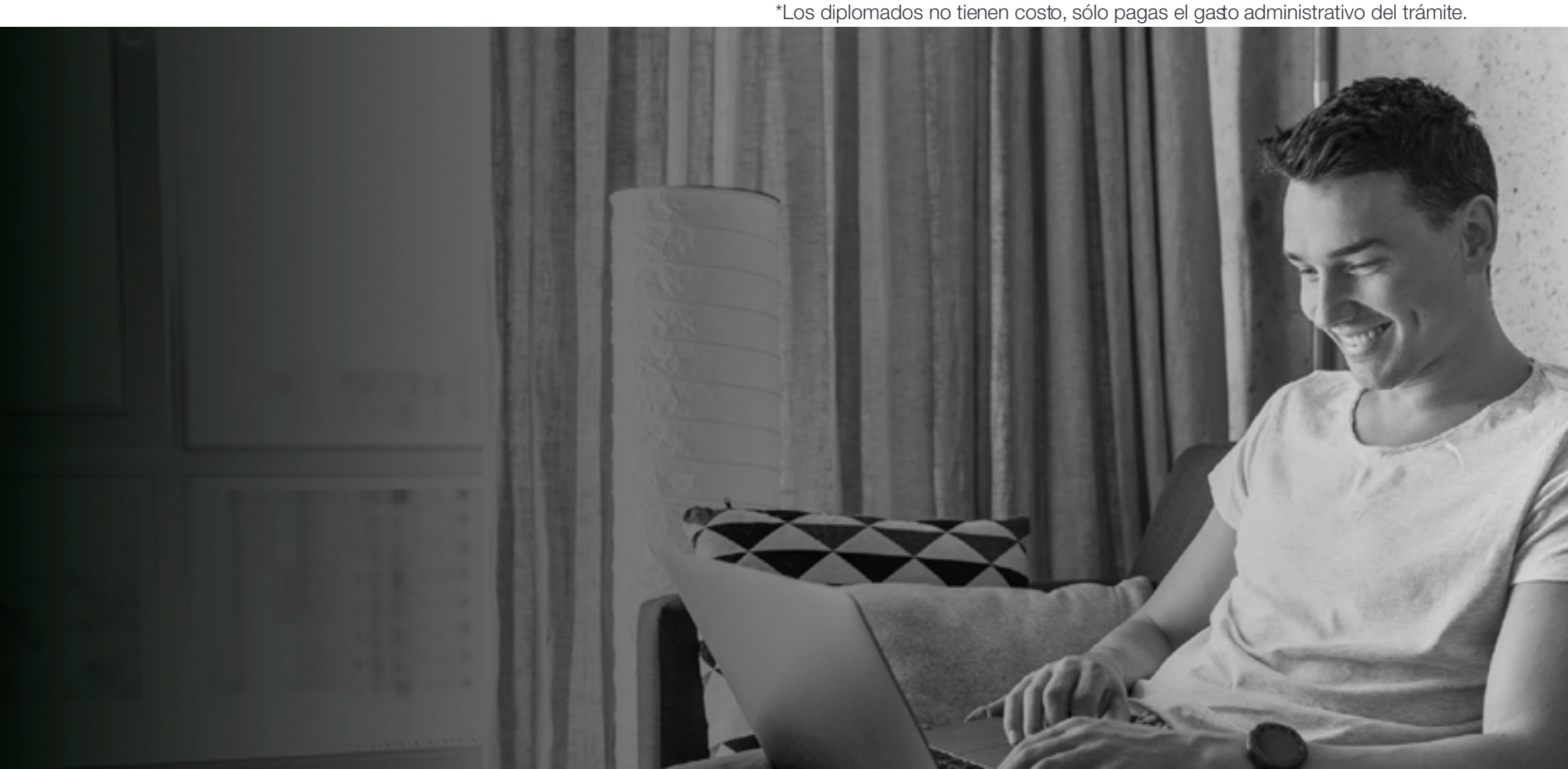
Experiencia universitaria y práctica para el trabajo:

Obtén experiencia y aplica de inmediato los conocimientos aprendidos durante tu licenciatura para el beneficio de tu crecimiento laboral. Empodérate, destaca tu capacidad de trabajar con equipos conformados por diferentes disciplinas.

Diplomados:

Desarrollo de habilidades a lo largo de tu carrera. **Obtendrás hasta 4 diplomados*** que avalan el conocimiento y habilidades que vas desarrollando. Vuélvete más competitivo.

*Los diplomados no tienen costo, sólo pagas el gasto administrativo del trámite.



Misión

Contribuir al desarrollo académico de nuestros estudiantes, para el logro de su mejor desempeño laboral y de su calidad de vida.

Objetivo general de la carrera

Formar profesionistas preparados para aplicar y evaluar estrategias de comercialización y ventas, identificando y utilizando análisis y minería de datos del mercado para la adecuada toma de decisiones. Generar, analizar e interpretar investigaciones de mercado mediante la utilización de tecnología y software especializado con la finalidad de identificar oportunidades de comercialización a nivel nacional e internacional. Diseñar sistemas y planes de mercadotecnia para su implantación, vinculando a la organización con el consumidor; detectar tendencias de mercado, optimizar los análisis de datos y determinar la mejor distribución de productos y servicios.

Formular, proponer y evaluar procesos en comercialización en mercados interactivos para posicionar marcas y productos, por medios digitales.

Perfil de Ingreso

Aptitudes

- Compromiso, responsabilidad y servicio.
- Iniciativa y creatividad.
- Trabajo en equipo.

Habilidades

- Capacidad reflexiva.
- Pensamiento crítico.
- Habilidades digitales básicas
- Colaboración e interacción grupal.

Conocimientos

- Comprensión lectora.
- Expresión oral y escrita.
- Aplicación de conceptos numéricos básicos.
- Poseer cultura general y conocimientos del nivel académico previo.

Plan de Estudios
Licenciatura en **Mercadotecnia e Inteligencia de Mercados**

SEP
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

FIMPES

Área Básica

Modelos de Gestión Empresarial
Contabilidad Financiera
Matemáticas para los Negocios
Derecho y Negocios
Comportamiento Organizacional
Información Financiera y Toma de Decisiones
Matemáticas Financieras
Tecnologías de Información en la Empresa
Finanzas Empresariales
Estadística Descriptiva
Microeconomía
Administración del Talento Humano
Presupuestos
Estadística Inferencial
Macroeconomía
Mercadotecnia e Innovación

Área Disciplinar

Diseño Metodológico de la Investigación de Mercados
Análisis Semántico en los Mercados
Diseño Muestral y Modelación Estadística
Psicología Aplicada a la Investigación de Mercados
Gestión de Bases de Datos (Big Data)
Organización de Datos y Gráficos
Investigación de Mercados Interactiva

Área Interdisciplinar

Comportamiento del Consumidor
Análisis Multivariado
Investigación Cualitativa de Mercados
Gestión de la Mercadotecnia
Gestión de Proyectos
Investigación Cuantitativa de Mercados
Comercio Electrónico
Técnicas de Precios y Ventas
Estrategias de Fidelización y Minería de Datos
Estrategias y Plan de Mercadotecnia
Desarrollo de Marcas y Posicionamiento de Productos
Mercadotecnia en Internet
Inteligencia Comercial

¿Dónde podrás trabajar?

En empresas o instituciones públicas y privadas, en puestos como investigador de mercados, dirección creativa, gerencia de ventas, y consultorías independientes.

Perfil de Egreso

Conocimientos

- Dirección de planes de mercadotecnia en multiplataformas.
- Inteligencia comercial y de mercados, toma de decisiones, planeación estratégica, pensamiento estratégico, visión global y gestión de la tecnología.
- Planeación y coordinación de programas de mercadotecnia.
- Mercadotecnia y comercialización de servicios.
- Métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación de mercados, técnicas estadísticas, matemáticas financieras, presupuestos.
- Estimación del ciclo de vida de un producto.
- Evaluación y desarrollo de campañas publicitarias.
- Identificación del mercado meta de los productos y servicios.
- Estrategias de mercadotecnia y posicionamiento de productos y marcas.
- Estrategias de publicidad y patrocinio, así como desarrollo de relaciones públicas.
- Análisis de grandes bases de datos.
- Métodos y técnicas de venta en mercados interactivos.
- Desarrollo de marcas y posicionamiento de productos.
- Mercadotecnia en internet.
- Minería de datos y detección de patrones de consumo.

Habilidades

- Análisis de datos y presentación de gráficos para sustentar propuestas de comercialización.
- Colaboración, coordinación y dirección de equipos interdisciplinarios para el logro de los objetivos de la organización, específicamente desde el área de mercadotecnia.
- Toma de decisiones apoyado en su capacidad de análisis de información y de negociación con una visión sistémica del mercado y su entorno.
- Establecimiento de objetivos alcanzables, definición de prioridades, planes de acción y calendarios para el logro de las metas organizacionales en mercadotecnia.
- Análisis y procesamiento de grandes bases de datos.
- Mediación entre las partes para alcanzar acuerdos sobre algunos tópicos desde la perspectiva de lograr beneficios mutuos.
- Reconocimiento y adaptación al cambio de patrones de consumo.
- Distinguir tanto oportunidades como amenazas de mercado y responder a ellas.
- Comprensión del ambiente global de la mercadotecnia con una perspectiva de inteligencia de mercados.
- Establecimiento de relaciones de colaboración con otros, definiendo, compartiendo y delegando responsabilidades de tareas asociadas a la mercadotecnia.

Actitudes y Valores

- Comportamiento ético.
- Visión empresarial.
- Constancia y esfuerzo.
- Perseverancia y superación.
- Actitud de aprendizaje constante.
- Capacidad de trabajo interdisciplinario y en equipo.
- Actitud y vocación de servicio.

UIN | UNIVERSIDAD INSURGENTES

Licenciatura en

Mercadotecnia e Inteligencia de Mercados

Modalidad Mixta

UniversidadInsurgentes Oficial

UInsurgentes

55 5512 1212

56 6826 8833

universidadinsurgentes.edu.mx