

8 de cada 10

Egresados UIN trabajan actualmente.*



LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Matutino



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 información de mercado para la adecuada toma de decisiones. Podrá generar, analizar e interpretar investigaciones de mercado con la finalidad de identificar oportunidades de comercialización a nivel nacional e internacional. Diseñará sistemas y planes de mercadotecnia para su implantación, vinculando a la organización con el consumidor; detectará las tendencias del mercado; seleccionará y organizará las actividades de logística, así como de los canales de distribución de productos y servicios, y demostrará su capacidad de incidencia en el logro de objetivos de crecimiento financiero y comercial de la organización.

PERFIL DE INGRESO

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.

Actitudes

- Compromiso, responsabilidad y actitud de servicio.
- Disposición para el estudio grupal e independiente.
- Contribuir a su bienestar y al de la sociedad.
- Interés por participar en actividades deportivas, artísticas y culturales.

PLAN DE ESTUDIOS CUATRIMESTRAL

B ÁREA BÁSICA

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

I ÁREA INTERDISCIPLINAR

Semiótica y Comunicación
Ventas y Canales de Comercialización
Comportamiento del Consumidor
Mercadotecnia Internacional
Investigación Cualitativa de Mercados
Gestión de la Mercadotecnia
Plan y Estrategia Publicitaria
Comercio Electrónico
Formulación y Evaluación de Proyectos
Gestión de Proyectos
Investigación Cuantitativa de Mercados
Legislación de Telecomunicación y Radiodifusión
Simulación de Negocios
Mediación y Comunicación Interactiva
Imagen y Opinión Pública

Estrategias y Plan de Mercadotecnia
Relaciones Públicas
Inteligencia Comercial

D ÁREA DISCIPLINAR

Distribución y Logística
Análisis Multivariado
Mercadotecnia Industrial
Mercadotecnia de Servicios
Técnicas de Precios y Ventas
Desarrollo de Marcas y Posicionamiento de Productos
Estrategias de Fidelización y Minería de Datos
Dirección de Mercadotecnia
Mercadotecnia Sustentable
Mercadotecnia en Internet

E ÁREA EJECUTIVA

Estrategias de Aprendizaje
Comunicación Oral y Escrita
Pensamiento Crítico
Negociación y Solución de Problemas
Emprendimiento e Innovación

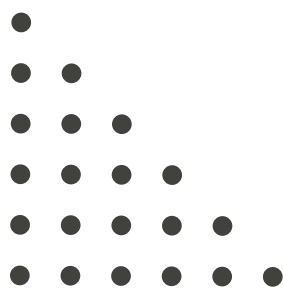


CAMPO DE TRABAJO

- Dentro de agencias editoriales, de comunicación, mercadotecnia, publicidad, medios, investigación y producción audiovisual.
- En organismos del sector público o privado dedicados a la publicidad, comunicación social.
- Agencias de comunicación digital y marketing.
- En empresas comerciales y de servicios del sector público o privado.
- Como profesional independiente.

REQUISITOS DE ADMISIÓN

- Certificado de Bachillerato o Equivalente.
- 4 fotografías tamaño infantil y de frente.
- Acta de nacimiento.
- Examen médico.
- Clave Única de Registro de Población (CURP).
- Dictamen, en su caso, de equivalencia o revalidación de estudios.
- Para el caso de alumnos extranjeros, deberán acreditar su legal estancia en el país.



PERFIL DE EGRESO

Conocimientos

- Dirección de planes de mercadotecnia.
- Planeación y coordinación de programas de mercadotecnia.
- Inteligencia comercial y de negocios, toma de decisiones, planeación estratégica, pensamiento estratégico, visión global y gestión de la tecnología.
- Mercadotecnia y comercialización de servicios.
- Métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación de mercados, técnicas estadísticas, matemáticas financieras, presupuestos, formulación y evaluación de proyectos.

Actitudes

- 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.

Habilidades y Destrezas

- 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 para determinar patrones de consumo.
- Mediación entre las partes para alcanzar acuerdos sobre algunos tópicos desde la perspectiva de lograr beneficios mutuos.