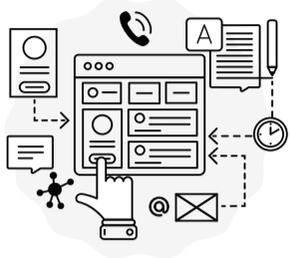


Licenciatura en Mercadotecnia e Inteligencia de Mercados EN LÍNEA

Aprende a **aplicar soluciones** hoy para tu futuro laboral con **ayuda de la tecnología, docentes con experiencia** y capacitados **para enseñar en línea**.

Evoluciona con el mundo, mientras te **profesionalizas y combinas tu tiempo** con otras actividades **sin interrumpir tus estudios. Un modelo flexible** que te permite **alcanzar tus objetivos**.

Las Nuevas Licenciaturas en línea te ofrecen:



Tecnología para el aprendizaje:

Estudiarás bajo un modelo innovador y con tecnologías especializadas para la educación como es la plataforma **Open LMS +** el acompañamiento de tu docente en aulas virtuales de **Blackboard Collaborate** y el mejor complemento de **Google Workspace for Education Plus**. Asimismo cuentas con el **Centro de Acompañamiento UIN** brindándote soporte durante toda tu estancia.



Balance de horas:

Modelo educativo que te permite estudiar y trabajar al mismo tiempo. Gracias al uso de las herramientas digitales, podrás estudiar en cualquier lugar, cualquier momento y desde cualquier dispositivo.



Experiencia universitaria y práctica para el trabajo:

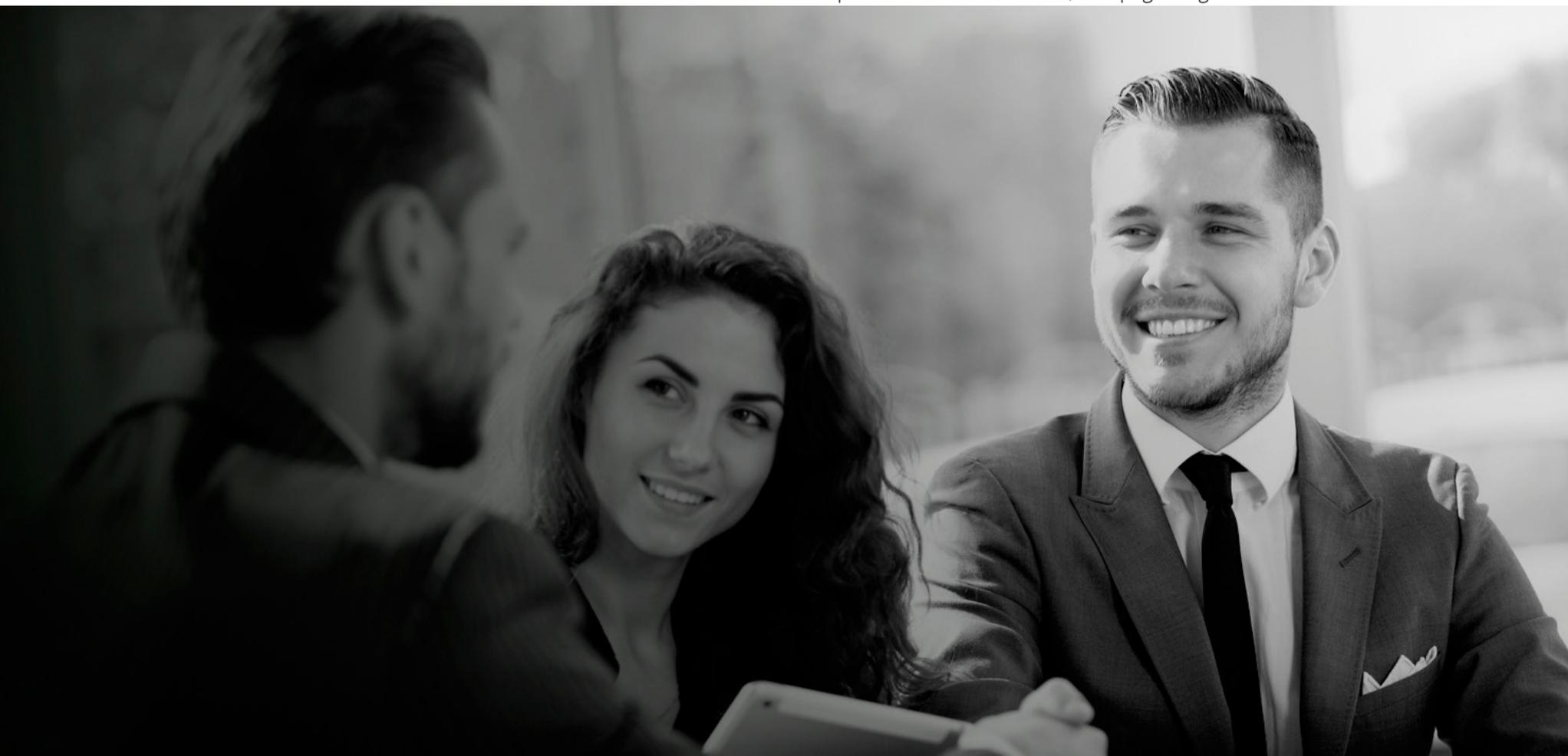
Obtén experiencia y aplica de inmediato los conocimientos aprendidos durante tu licenciatura para el beneficio de tu crecimiento laboral. Empodérate, destaca tu capacidad de trabajar con equipos conformados por diferentes disciplinas.



Diplomados:

Desarrollo de habilidades a lo largo de tu carrera. Obtendrás hasta 3 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



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 Interdisciplinaria

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

Área Disciplinaria

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



¿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.



Licenciatura en
Mercadotecnia e
Inteligencia de Mercados
EN LÍNEA



UniversidadInsurgentesOficial



Uinsurgentes



55 5512 1212



56 1134 1564

universidadinsurgentes.edu.mx