

PLAN DE ESTUDIOS

- Elementos de Microeconomía y Macroeconomía
- Álgebra
- Fundamentos de Mercadotecnia
- Fundamentos de Contabilidad
- Herramientas Informáticas y Redes Sociales
- Administración General
- Probabilidad y Estadística
- Mercados de Consumo y Diversidad
- Matemáticas Financieras
- Informática Aplicada a la Mercadotecnia

- Sistemas y Procedimientos Administrativos
- Investigación de Mercados Cuantitativa
- Comportamiento del Consumidor
- Análisis de Costos y Presupuestos en Mercadotecnia
- Redacción y Argumentación
- Fundamentos del Derecho
- Investigación de Mercados Cualitativa
- Práctica de Métodos de Segmentación de Mercados
- Análisis de Precio y Métricas de Mercadotecnia
- Comprensión de Textos en Inglés

- Derecho Mercantil
- Canales de Logística y Distribución
- Mercadotecnia Comercial
- Proceso Creativo
- Análisis de Textos Técnicos en Inglés
- Derecho Fiscal
- Estrategias de Comercialización y Punto de Venta
- Mercadotecnia de Servicios
- Desarrollo de Productos
- Comunicación e Imagen Pública

- Ética Profesional en la Mercadotecnia
- Publicidad
- Mercadotecnia Social
- Plan de Medios
- Relaciones Públicas
- Dirección Estratégica Comercial
- Diseño Publicitario
- Mercadotecnia Política
- Gestión de Marca
- Comunicación Directiva

- Sistemas de Calidad
- Dirección y Gestión de Proyectos de Mercadotecnia
- Mercadotecnia Digital
- Desarrollo de Plan Comercial
- Mercadotecnia Internacional

MENCIONES

- Comunicación y Mk Digital
- Dirección y Gestión de Proyectos de Mercadotecnia
- Mercadotecnia Internacional

Nuestro Campus Virtual Interactivo es El **PLUS** que necesitabas para **[r]evolucionar tu educación:**

Tutoría permanente

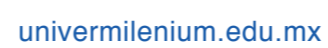
Consultorías académicas

Seminarios estudiantiles

Biblioteca virtual

Conferencias

Talleres de aprendizaje



Universidad UniverMilenium

MI RITMO, MI ESTILO, MI UM

MERCADOTECNIA

MODALIDAD: NO ESCOLARIZADA

LICENCIATURA

7 Mínimo ciclos*
máximo 9

*14 SEMANAS DURACIÓN MÍNIMA DE CADA CICLO ESCOLAR



¿QUÉ TE OFRECE ESTA LICENCIATURA UM?

La licenciatura en Mercadotecnia, tiene el objetivo de formar profesionales íntegros con visión directiva y gerencial para identificar las necesidades y preferencias de los consumidores, estableciendo un canal de comunicación entre el mercado y la organización para crear estrategias de distribución, precio, producto y promoción que proporcionan respuestas satisfactorias a las demandas de dicho mercado comercial tanto nacional como internacional, acorde al potencial de la organización, logrando así la productividad que garantice su permanencia y superación dentro de un ámbito empresarial competitivo. Lo anterior con base a los conocimientos que el alumno adquiera durante esta licenciatura como son en mercadotecnia, contabilidad, informática, derecho, economía, administración, finanzas, métodos de investigación, publicidad, matemáticas entre otros que componen y auxilian al objetivo de esta carrera.

TUS HABILIDADES

- Analizar y aprovechar las oportunidades de negocio y monitoreo del ambiente competitivo.
- Tomar decisiones oportunas y claras para la organización en materia comercial.
 - Adaptar los productos y servicios en una cobertura de expectativas a diferentes segmentos.
 - Implementar procesos creativos para el desarrollo de nuevos productos.
- Comunicar en una segunda lengua las estrategias de comercialización y la conducción de estrategias interdisciplinarias, interna y externamente en las organizaciones.
- Facilitar el trabajo entre equipos multidisciplinarios e interdisciplinarios.
 - Creativo en el desarrollo de su trabajo.
 - Comunicar efectivamente.

TUS ACTITUDES

- Propositivo ante la solución de problemas.
- Entusiasta ante el desarrollo de proyectos.
- Proactivo en la generación de propuestas de trabajo.
- Líder y dinamizador de grupos de trabajo.
- Amable y respetuoso con el cliente.
- Socialmente responsable.

TUS CONOCIMIENTOS

- Generar estrategias de dirección de mercadotecnia.
- Comprender las necesidades y deseos de los consumidores para satisfacerlas a través del desarrollo de estrategias de precios, productos, promociones y logísticas adecuadas a una comercialización exitosa.
 - Diseñar y administrar estrategias de publicidad y promocionales.
- Investigar y analizar las necesidades y deseos de los consumidores.
- Desarrollar y adaptar de los productos y servicios para los mercados que así lo soliciten.
 - Administrar las ventas, compras y comercialización de cualquier organización.
- Evaluar los resultados obtenidos en las estrategias seguidas por la empresa.
- Investigar el mercado, relaciones públicas, administración de las ventas, comercio internacional, publicidad y logística.
 - Expresión oral y escrita.

¿QUÉ NECESITAS TRAER?

Presenta los siguientes documentos en original y dos copias:

