



MERCADOTECNIA

En UIN evolucionamos y lo hacemos contigo

UIN lanza sus Nuevas **Licenciaturas Ejecutivas Joven**, programa innovador diseñado para jóvenes que buscan estudiar y trabajar al mismo tiempo o que no quieren descuidar sus actividades diarias y necesitan un programa que les ofrezca flexibilidad y que se adapte a su ritmo de vida.

Las Nuevas **Licenciaturas Ejecutivas Joven** te ofrecen:



Tecnología para el aprendizaje:

estudiarás bajo un modelo innovador, con herramientas tecnológicas como **Google for Education** y **Blackboard Open LMS** con el acompañamiento de tu **Docente** en el salón de clases y **Tutor en línea**.



Balance de horas:

modelo educativo que te permite estudiar y trabajar al mismo tiempo ya que no tendrás que venir todos los días al salón de clases.

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:

aprende los conocimientos que demanda el mundo laboral y obtén experiencia al compartir clases con estudiantes de otras carreras. Además, vive tu experiencia Universitaria.



Diplomados:

desarrollo de habilidades a lo largo de tu carrera. Obtendrás 3 Diplomados que avalan el conocimiento y habilidades que vas desarrollando. Vuélvete más competitivo.

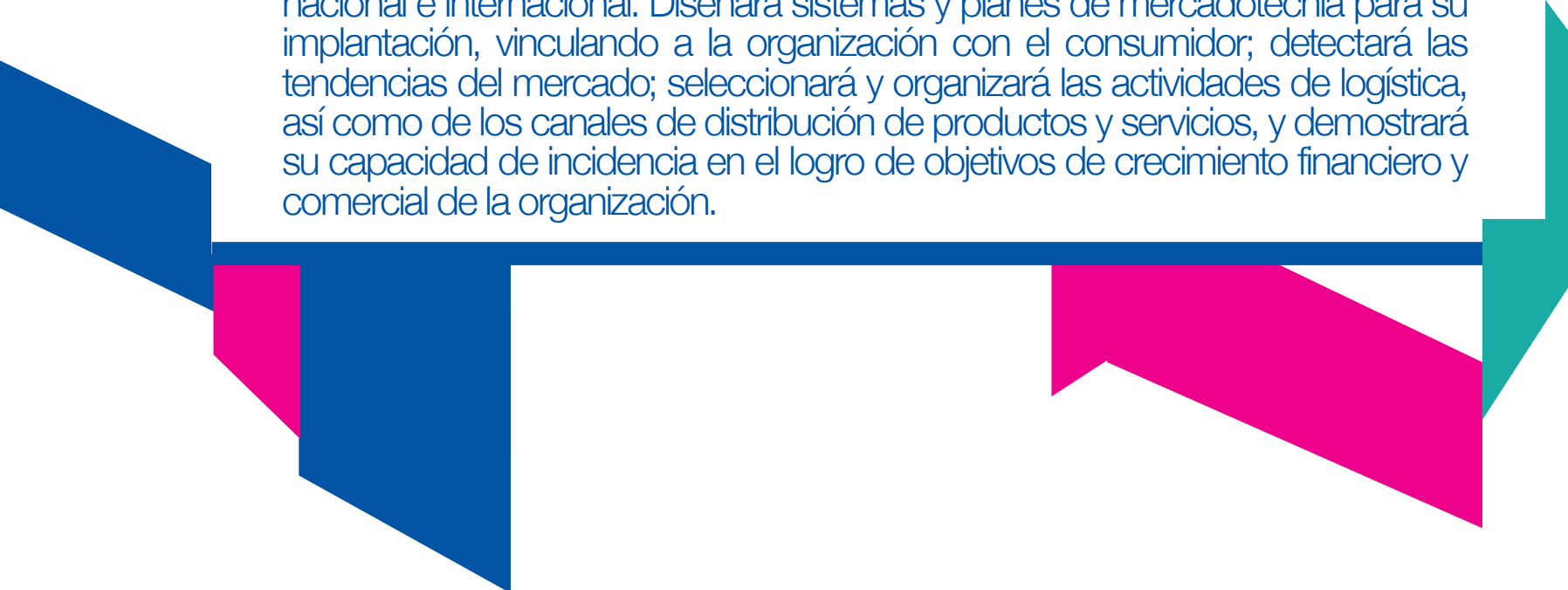


MISIÓN

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 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

Licenciatura Ejecutiva Joven en **Mercadotecnia**

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

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

Área Interdisciplinaria

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

Área Ejecutiva

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

¿DÓNDE PODRÁS TRABAJAR?

- Dentro de agencias de comunicación, publicidad y medios.
- En empresas comerciales y de servicios del sector público o privado.
- En agencias de investigación de mercados, planeación mercadológica, de relaciones públicas e imagen corporativa.
- Como profesional independiente.



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.