



Licenciatura en Mercadotecnia



Actualmente la mercadotecnia ha venido a revolucionar la forma de administrar, negociar y publicitar las actividades productivas, su campo de acción no se limita a la simple solución de los problemas que se presentan en su área, sino que se involucra en el campo gerencial y en el proceso de toma de decisiones.

OBJETIVOS GENERALES DEL PLAN DE ESTUDIOS

El Licenciado en Mercadotecnia egresado de la Universidad Siglo XXI, deberá estar suficientemente preparado para diseñar e implementar estrategias de mercado basadas en sus habilidades para obtener información de manera científica, cuyo análisis y pronóstico va encaminado a lograr la satisfacción del consumidor.

PERFIL DE INGRESO

Capacidad para comunicar ideas complejas en forma oral y escrita, para la aplicación de técnicas numéricas, para el manejo e indagación de información. Capacidad de análisis y síntesis, para desarrollar ideas creativas. Habilidades para trabajar y relacionarse con otras personas, para manejar y organizar información; facilidad para trabajar en equipo. Anuencia a las opiniones diferentes a la propia.

Disciplina de estudio y sensibilidad a la problemática de su entorno social. Alto sentido de responsabilidad, manejo de la tolerancia, interés y respeto por los problemas humanos, actitud de servicio y disposición para el aprendizaje permanente; actitud emprendedora.

Además, aquellas personas que por razones de trabajo deben estar en constante movimiento; quienes radican en lugares distantes a los centros escolarizados, pero sobre todo las personas que no pueden asistir por razones de tiempo a los cursos escolarizados.

Se requiere también tener estudios concluidos de bachillerato reconocido por el Sistema Educativo Nacional.

Módulo I	Propedéutica
Módulo II	Aspectos Básicos
Módulo III	Mercadotecnia
Módulo IV	Economía
Módulo V	Aspectos Jurídicos
Módulo VI	Las Organizaciones
Módulo VII	Ventas
Módulo VIII	Creatividad
Módulo IX	Optativas
Módulo X	Proceso de Titulación

CAMPO DE TRABAJO

El Licenciado en Mercadotecnia tiene ante sí un vasto abanico de opciones para ejercer su profesión, actualmente la mayoría de las empresas tienen como principal objetivo contar con un departamento de mercadotecnia que les permita mediante un método disciplinado, analítico y ordenado, concentrarse en la parte más importante del negocio, la satisfacción del cliente, asegurando su posicionamiento en el mercado.

Desarrollo en áreas de comercio internacional y electrónico, empresas multinacionales, empresas comercializadoras, empresas industriales, empresas de servicios, empresas de consultoría, pequeñas y medianas empresas, Instituciones financieras entre otras.

El mapa curricular del programa de la licenciatura en mercadotecnia, está integrado por X (diez) módulos, cada uno, a su vez está integrado por asignaturas que responden a las distintas disciplinas cognoscitivas que debe dominar un Licenciado en Mercadotecnia, mismas que garantizarán el desempeño óptimo de su profesión, a saber:

PERFIL DEL EGRESADO:

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia de La Universidad Siglo XXI, será un profesionista con la suficiente capacidad para comprender, crear, comunicar y ofrecer a un mercado de clientes y empresarios, valor en los productos. Analizar el medio ambiente de la mercadotecnia con espíritu creativo e innovador. Interpretar el comportamiento del consumidor incluyendo todos los factores que intervienen en el proceso de compra. Distinguir los retos que implica la toma de decisiones en las diferentes áreas de mercadotecnia. Identificar las alternativas para la solución a problemas de diseño del producto, fijación de precios, distribución y mezcla de medios publicitarios, para lograr el posicionamiento adecuado en el mercado. Identificar los riesgos y oportunidades del mercado. Implementar estrategias de calidad en el servicio al cliente. Elaborar investigaciones y estudios de mercado para detectar e interpretar las necesidades y deseos comerciales de los consumidores.

Planear, diseñar e instrumentar estrategias promocionales y campañas publicitarias novedosas y de calidad, que permitan la comercialización exitosa de los productos.

MAPA CURRICULAR

MÓDULO I PROPEDEÚTICA

- Universidad a distancia, taller de autoeducación
- Computación I
- Computación II

MÓDULO II ASPECTOS BÁSICOS

- Administración general
- Matemáticas financieras
- Estadística
- Contabilidad I

MÓDULO III MERCADOTECNIA

- Mercadotecnia I
- Mercadotecnia II
- Comportamiento del consumidor

MÓDULO IV ECONOMÍA

- Microeconomía
- Macroeconomía
- Economía internacional
- Teoría monetaria internacional

MÓDULO V ASPECTOS JURÍDICOS

- Derecho constitucional
- Derecho administrativo
- Derecho fiscal
- Derecho mercantil I
- Derecho mercantil II

MÓDULO VI LAS ORGANIZACIONES

- Psicología de las organizaciones
- Desarrollo organizacional
- Desarrollo del producto

MÓDULO VII VENTAS

- Promoción de ventas
- Estrategias de ventas
- Técnicas profesionales de ventas
- Administración de ventas
- Dirección de ventas

MÓDULO VIII CREATIVIDAD

- Desarrollo de la creatividad
- Publicidad
- Marketing
- Canales de distribución

MÓDULO IX OPTATIVAS

- Optativa I
- Optativa II
- Optativa III
- Optativa IV

MÓDULO X PROCESO DE TITULACIÓN

- Seminario de Tesis

ASIGNATURAS OPTATIVAS PARA LA CARRERA DE LICENCIADO EN MERCADOTECNIA EN LA MODALIDAD NO ESCOLARIZADA

COMERCIO INTERNACIONAL

- Comercio Internacional
- Comercio Exterior de México
- Inglés I
- Inglés II

EMPRENDEDORES

- Desarrollo de Habilidades Gerenciales
- Evaluación de Proyectos
- Investigación de Mercados
- Presupuestos

NEGOCIOS INTERNACIONALES

- Negocios Internacionales
- Contratos Internacionales
- Inglés I
- Inglés II

**ASIGNATURAS OPTATIVAS PARA LA CARRERA DE
LICENCIADO EN MERCADOTECNIA
EN LA MODALIDAD NO ESCOLARIZADA**

ASIGNATURAS O UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORA	CRÉDITOS	INSTALACIÓN
			INDEP.		
COMERCIO INTERNACIONAL					
• COMERCIO INTERNACIONAL	MV14006CMI		144	9	L
• COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO	MVI14010CEM		144	9	L
• INGLES I	MX11042INGI	MX11042INGI	144	9	L
• INGLES II	MX11043INGII		144	9	L
SUMA PARCIAL			576	36	
EMPRENDEDORES					
• DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES	MIX12024DHG		144	9	L
• EVALUACION DE PROYECTOS	MIX12025EPR		144	9	L
• INVESTIGACION DE MERCADOS	MIX12026INM		144	9	L
• PRESUPUESTOS	MIX12027PRE		144	9	L
SUMA PARCIAL			576	36	
NEGOCIOS INTERNACIONALES					
• NEGOCIOS INTERNACIONALES	MIX12032NIN		144	9	L
• CONTRATOS INTERNACIONALES	MX11041CIN		144	9	L
• INGLES I	MX11042INGI	MX11042INGI	144	9	L
• INGLES II	MX11043INGII		144	9	L
SUMA PARCIAL			576	36	