



Licenciatura Ejecutiva en Mercadotecnia

En línea

El egresado de la **Licenciatura en Mercadotecnia** tendrá los siguientes conocimientos, habilidades, actitudes y destrezas:



Conocimientos

- Procesos administrativos de la organización.
- Proceso mercadológico.
- Principios de contabilidad.
- Comportamiento y psicología del consumidor.
- Métodos de investigación cuantitativa y cualitativa de mercados.
- Campañas publicitarias.
- Estrategias de promoción y ventas.
- Tecnología aplicada a la mercadotecnia.
- Régimen legal de la mercadotecnia.
- Estrategias de marketing.
- Desarrollo y gerencia de marca.
- Pronósticos de ventas.
- Nichos de mercado rentables.
- Información de mercados nacionales, internacionales, del sector público y privado.
- Etapas de distribución, comercialización y venta de productos y/o la prestación de los servicios.
- Canales de distribución de los productos.
- Conceptos económicos aplicados a la mercadotecnia.



Habilidades

- Identificar las áreas de oportunidad con una visión amplia de negocio.
- Toma de decisiones en forma eficiente apoyado en técnicas cuantitativas y cualitativas.
- Capacidad numérica y de análisis, aplicada a la toma de decisiones.
- Identificar y resolver problemas en su campo profesional generando soluciones de una manera creativa.
- Capacidad de liderazgo en equipos de trabajo multiculturales para crear mayor valor a la organización.
- Innovar en las áreas administrativas de la organización.
- Capacidad de adaptación al entorno empresarial haciendo frente a situaciones críticas para resolverlas de la mejor manera.
- Implementar estrategias de negocios para lograr una ventaja competitiva en la organización.
- Capacidad para desarrollar el talento en la organización y generar valor a la misma.
- Pensamiento crítico ante las situaciones que determinan la administración en la organización.
- Analizar e interpretar aspectos sociales, políticos y económicos del entorno global.
- Capacidad negociadora en el ámbito empresarial.
- Habilidad de inteligencia emocional en la conducción de grupos interdisciplinarios para lograr los objetivos organizacionales.



Actitudes

- Disponibilidad para trabajar en equipos multidisciplinarios.
- Tolerante a la diversidad cultural e ideológica de las personas.
- Emprendedor e innovador en las estrategias de marketing.
- Ético en su ejercicio profesional.
- Honesto con el manejo de información.
- Socialmente responsable en las actividades emprendidas por la organización.
- Dispuesto a enfrentar nuevos retos que se presenten dentro de la organización.
- Liderar tanto equipos como procesos de trabajo en la organización.



Destrezas

- Crear, diseñar, implantar, evaluar e innovar estrategias de marketing para alcanzar las metas, posicionar el producto en el mercado y generar el máximo beneficio para la empresa.
- Diseñar, implantar y evaluar planes orientados a la optimización de la mercadotecnia con un proceder ético, con espíritu de servicio y con sensibilidad para detectar y proponer soluciones a las necesidades sociales y económicas.
- Utilizar las tecnologías de información con el fin de proyectar la difusión, comercialización y venta de los productos y servicios para lograr el posicionamiento, desarrollo y vigencia de la marca.
- Manejo de producto, precio, plaza y promoción que permitan a la organización captar nuevos segmentos de mercado y lograr así un mejor posicionamiento en la mente del consumidor.
- Diseño de los instrumentos para la recolección de datos y muestras con el propósito de conocer el nivel de satisfacción, las características, necesidades y expectativas de los consumidores con respecto al producto y/o servicio.
- Formular e implementar planes de mercadotecnia que incrementen las ventas y permitan la gestión estratégica del producto y/o servicios en el mercado.
- Ejercer su liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización, basado en el trabajo en equipo y en la tolerancia a la diversidad, capaz de trabajar en los diversos contextos, tanto el nacional como el internacional.
- Comunicar en forma clara y estructurada sus ideas y propuestas a través de presentaciones orales y reportes escritos y gráficos en forma individual o en equipo.
- Evaluar los proyectos de mercado para determinar su viabilidad, con oportunidad, acorde con parámetros establecidos en el área.
- Realizar estudios de mercado con visión y responsabilidad para generar nuevos negocios o ampliar uno existente, siguiendo una metodología apropiada a este fin y cumpliendo con todos sus criterios.