



Licenciatura Ejecutiva Licenciatura en Mercadotecnia



PERFIL DE INGRESO

- Bachillerato o equivalente
- Interesado en superarse personal y profesionalmente
- Comprometido con la calidad global y la excelencia
- Aspirar a ser profesionales que agreguen valor a la sociedad
- Interesado en adquirir conocimientos y habilidades
- Dispuesto a formarse utilizando medios digitales y a adaptarse a la innovación tecnológica y educativa

PERFIL DEL EGRESADO

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

CONOCIMIENTOS

- Conocimiento de los procesos administrativos de la organización.
- Dominio pleno del proceso total de marketing.
- Coordinar programas 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, como una empresa altamente responsable con el bienestar de la sociedad.
- Diseñar proyectos de investigación determinando el tipo de investigación de mercados que se va a realizar, estableciendo los objetivos y necesidades de información, diseñando los instrumentos para la recolección de datos, definiendo el diseño de la muestra y el trabajo de campo con el propósito de conocer el nivel de satisfacción, las características, necesidades y expectativas de los consumidores con respecto al producto y/o servicio para diseñar productos y servicios centrados en ellos, respetando la cultura de los grupos sociales a investigar.
- Procesar e interpretar la información recabada en las investigaciones realizadas para redactar el informe de resultados de la investigación, haciendo un uso adecuado de los datos
- Participar en la elaboración de campañas publicitarias en grupos interdisciplinarios para dar a conocer un bien o servicio con una actitud de respeto a la diversidad
- Ideológica.
- Elaborar pronósticos de ventas alcanzables, que permitan a la organización mantener un flujo continuo de efectivo y logre conservar a los clientes brindándoles bienes y servicios de alta calidad que satisfagan sus necesidades y deseos.
- Administrar estrategias de ventas que le den a la organización la oportunidad de identificar nuevos territorios y propiciar nichos de mercado altamente rentables que puedan ser atendidos con la calidad y servicio que la sociedad requiere.
- Analizar información sobre los mercados nacionales, internacionales, gubernamentales y otros segmentos, para planear las etapas de la distribución, comercialización y venta de productos y/o la prestación de los servicios de manera honesta y responsable.
- Seleccionar e implementar los canales de distribución de los productos y servicios facilitando el intercambio comercial y la llegada del bien o servicio en óptimas condiciones con una actitud de responsabilidad y servicio.
- Analizar y determinar los precios más adecuados que logren crear un costo beneficio para la empresa y el consumidor considerando la situación económica de la región en donde se distribuirá el bien o servicio.
- Conceptos económicos aplicados a la mercadotecnia que permitan una mejor comprensión del proceso de marketing.

HABILIDADES

- Identificar las áreas de oportunidad con una visión amplia de negocio.
- Identificar oportunidades y amenazas en el mercado.
- 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 y desarrollar productos y servicios de acuerdo a las necesidades de los mercados meta con el objetivo de proporcionar una amplia variedad de satisfactores, cumpliendo con los lineamientos de calidad que los integrantes de la sociedad demandan.
- Capacidad de adaptación al entorno empresarial haciendo frente a situaciones críticas para resolverlas de la mejor manera.
- Identificar oportunidades de mercado que logren ventajas equivalentes en los rubros relacionados con el producto, precio, plaza, promoción y posventa en relaciones comerciales con el objetivo de lograr una diferencia competitiva para la organización basada en la calidad de sus bienes y servicios.
- Desarrollar la toma de decisiones basada en: la segmentación e investigación de mercados así como el monitoreo para la comercialización de los productos con una visión ética.
- Implementar las nuevas tecnologías de la información y comunicación para dar a conocer productos y servicios, respetando las ideologías de los integrantes de la sociedad.
- 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.
- 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 empresa-organización-negocio, basado en el trabajo en equipo y en la tolerancia a la diversidad y multiculturalidad, capaz de trabajar en los diversos contextos, tanto nacional como 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.



REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

I. Presentar original del acta de nacimiento, copia de la CURP y 4 fotografías tamaño infantil en blanco y negro.

II. Probar con documentación oficial idónea, expedida por la institución educativa de procedencia, haber concluido los estudios de educación media superior.

Los estudios realizados en el extranjero deberán estar legalizados o apostillados en el país de origen y contar, en su caso, con la revalidación de estudios o dictamen técnico otorgado por la autoridad educativa competente en México.

El origen del certificado total de estudios del nivel medio superior o en su caso la revalidación de estudios, deberán presentarse dentro de los 45 días hábiles siguientes al inicio del primer ciclo escolar.

En el supuesto de que el estudiante no entregue la documentación en el plazo señalado en el párrafo anterior, la Universidad del Valle de México, sin responsabilidad alguna para ella, podrá proceder a la suspensión del servicio educativo al estudiante.

III. Presentar y acreditar el examen de admisión y/o los instrumentos de diagnóstico, que en su caso establezca la Universidad.

IV. Haber obtenido un promedio mínimo de 6.0 en el nivel educativo inmediato anterior o equivalente; salvo en el caso de la carrera de Medicina, donde éste deberá ser de 8.0.

No obstante lo anterior, para tener por equivalente una asignatura será necesario que ésta haya sido acreditada, en su institución educativa de origen, con una calificación mínima de 7.0, sin perjuicio de la observancia de los demás requisitos que al efecto se establecen en el Reglamento General de Estudiantes de Tipo Superior.

V. No haber sido dado de baja definitiva institucional por indisciplina o por haber incurrido en una falta considerada como muy grave para Universidad del Valle de México en cualquiera de sus campus.

VI. Concluir los trámites de registro en las fechas establecidas por la Universidad; de no hacerlo se perderá el derecho al ingreso, entendiéndose como renuncia a la inscripción.

VII. Cumplir con los demás requisitos académicos y administrativos indicados en los instructivos, boletines o demás medios informativos que establezca la Universidad.

VIII. Presentar, en su caso y de acuerdo con lo previsto en el plan y programa de estudios, o en su mapa curricular, el examen de idiomas correspondiente, debiendo observar, asimismo, lo previsto en el Reglamento de Idiomas de la Universidad.

IX. Para estudiantes de nacionalidad extranjera, con residencia en México, deberán cumplir con las disposiciones que al efecto establezca la legislación mexicana en materia migratoria.

Los aspirantes a ingresar a una LICENCIATURA EJECUTIVA, adicional a los requisitos de la licenciatura tradicional, deberán cumplir con lo siguiente:

X. Preferentemente contar con experiencia laboral;

XI. Tener una edad mínima de 24 años cumplidos;

XII. Cuando así se establezca, acreditar los cursos propedéuticos que se definan por la Universidad. El requisito previsto en esta fracción también aplica para estudiantes en la modalidad no escolarizada o en línea;

XIII. Para el caso de aspirantes a programas en la modalidad no escolarizada o en línea deberán cumplir con los requisitos específicos de cada programa, relacionados con la evaluación para el auto estudio de acuerdo a los protocolos que se establezcan en esta modalidad.



REQUISITOS DE TITULACIÓN

I. Haber obtenido el 100% de los créditos en cada una de las áreas curriculares que comprende el plan de estudios correspondiente dentro de los plazos establecidos, incluyendo las materias extracurriculares, optativas, electivas y propedéuticas, según el caso.

II. No tener alguna sanción académica, disciplinaria o estar suspendido en sus derechos.

III. Haber cumplido con toda la documentación necesaria en tiempo y forma, así como los procedimientos establecidos por el campus de conformidad a la norma educativa y demás ordenamientos institucionales.

IV. Realizar en forma oportuna el pago de derechos con la cuota vigente al momento de realizar la solicitud correspondiente.

V. Obtener del área de Servicios Escolares del respectivo campus, la revisión de estudios correspondiente.

VI. Los demás requisitos y trámites previstos en el Reglamento de Titulación de la Universidad.

PREPARARTE SIGNIFICA ESFORZARTE PARA ENFRENTAR UN NUEVO RETO PROFESIONAL, PERO SIN DESCUIDAR TUS RESPONSABILIDADES

1. APRENDE Y APLICA

Aprendizaje enfocado a la adquisición de conocimientos relevantes y herramientas que puedes aplicar a situaciones en tu trabajo.

Nuestros profesores son **profesionistas en activo** que ejercen en el área que enseñan. **Enfocamos tu preparación profesional a través de seminarios** que tú mismo elijas para distinguir tus conocimientos a tus áreas de interés profesional.

2. PREPARACIÓN GERENCIAL

Estamos convencidos que en el mundo laboral las habilidades gerenciales son valoradas incluso por encima de otras capacidades profesionales.

Área de **desarrollo ejecutivo** diseñada para impulsar tus capacidades de:

Liderazgo, toma de decisiones, innovación, emprendimiento, solución de problemas, negociación y manejo de equipos de trabajo.

PLAN DE ESTUDIOS
LICENCIATURA EJECUTIVA
LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

3. BALANCE PERFECTO DE HORAS

Para que balances perfectamente tus tiempos de estudio y trabajo, tienes clases presenciales, en línea y blended.

Las **materias blended** combinan el aprendizaje presencial y en línea, te familiarizan gradualmente con la cultura digital, optimizan tu tiempo y son siempre guiadas por un profesor que te acompaña en el proceso.

4. DIPLOMADOS 1,2,3

Diplomados y reconocimientos con valor curricular que avalan la formación que adquieres durante tu carrera, enriqueciendo tu perfil profesional para que seas más competitivo y tu currículum refleje tu desarrollo como estudiante universitario.

EJES CURRICULARES

ADE Área Desarrollo Ejecutivo **AB** Área Básica **AP** Área Profesional



- Diplomado en Inteligencia de Mercados
- Diplomado en Ventas
- Diplomado en Competencias Gerenciales