

LICENCIATURA EN MERCADEO Y VENTAS

Resolución CTF-27-2017 del día 13 de septiembre de 2017

Modalidad presencial.

Duración 3 años y 8 meses

Total créditos 160 (108 teóricos + 52 prácticos)

Total asignaturas 53

Adscrita a la Vicerrectoría Académica

Objetivos del Programa

Objetivos Generales:

La Carrera de Licenciatura en Mercadeo y Ventas plantea los siguientes objetivos, atendiendo a los saberes, al profesional que se desea formar y al impacto que este debe mostrar en el desarrollo de su profesión:

- Formar profesionales con competencias para diseñar, implementar y evaluar estrategias de mercadeo y ventas enfocadas en la productividad de las organizaciones productivas y de servicios.
- Formar profesionales con competencias para dirigir programas y planes de negocio, con una visión emprendedora, orientándose hacia los segmentos de interés mediante un conocimiento amplio de los mismos.
- Formar profesionales con competencias en investigación para que contribuyan en la resolución de problemas mercadológicos que afectan a las organizaciones productivas y de servicios.

Objetivos Específicos:

- Dominar los fundamentos teóricos de la mercadotecnia, acorde con las tendencias actualizadas a nivel nacional e internacional.
- Aplicar estrategias modernas en la gestión de la mezcla de mercadotecnia, proyectando las organizaciones hacia la eficiencia y eficacia en sus operaciones.
- Formular planes estratégicos de mercadotecnia que logre armonizar los objetivos y recursos del negocio con las necesidades y oportunidades del mercado.
- Diseñar, implantar y controlar las estrategias de posicionamiento estratégico, de marca, de productos, de precio, de empaques, de distribución y de comercialización.
- Generar estrategias para aprovechar nuevas oportunidades de negocio.
- Diseñar y ejecutar investigaciones de mercadeo que permitan la adquisición de informaciones para la toma de decisiones gerenciales.
- Diseñar planes, programas y proyectos mercadológicos tendentes a afianzar productos y servicios en las preferencias de los consumidores.
- Desarrollar estrategias de negociaciones internacionales acorde con los cambios y reglamentaciones mercadológicas globales.

- Desarrollar actividades de ventas en diferentes entornos de negocios para elevar las utilidades de las organizaciones productivas y de servicios.
- Diseñar los mecanismos de distribución para la comercialización de productos y servicios de consumo.
- Utilizar la tecnología de la información y la comunicación en el desarrollo de las acciones mercadológicas.
- Aplicar estrategias para la captación y retención de clientes a través de la prestación de servicios.
- Analizar los cambios de actitudes en los consumidores para tomar decisiones orientadas a su satisfacción del cliente.
- Aplicar las funciones gerenciales en la gestión de las prácticas mercadológicas de las organizaciones productivas y de servicios.
- Demostrar valores éticos y morales en su práctica profesional.
- Analizar las relaciones personales e interpersonales del equipo de trabajo en el departamento de mercadeo y ventas.