

Licenciatura en Mercadotecnia y Ventas

NOMBRE AUTORIZADO DE LA INSTITUCIÓN

NIVEL SUPERIOR

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y VENTAS

NIVEL Y NOMBRE DEL PLAN DE ESTUDIOS

5 años

VIGENCIA Y/O ACTUALIZACIÓN

Certificado de Bachillerato General o Equivalente

ANTECEDENTES ACADÉMICOS DE INGRESO

MODALIDAD

NO ESCOLARIZADA

DURACIÓN DEL CICLO

16 SEMANAS

CLAVE DEL PLAN DE ESTUDIOS

OBJETIVOS GENERALES DEL PLAN DE ESTUDIOS

Formar profesionales en la Mercadotecnia y las Ventas que identifiquen las oportunidades de negocio con un enfoque glocal distinguiendo correctamente los distintos segmentos, desarrollando las técnicas de mayor impacto para las diferentes categorías de productos y servicios. Capaces de implementar las tecnologías de información y comunicación en nuevos modelos de negocio que representen una ventaja competitiva en el mercado local y regional, respaldando las diversas estrategias de marca.

PERFIL DEL EGRESADO

Al concluir el programa académico, los egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia y Ventas obtendrán una formación integral caracterizada por los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.



El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia y Ventas contará con los siguientes conocimientos:

- Fundamentos de Economía
- Conceptos de Matemáticas y Estadística con enfoque para la mercadotecnia.
- Contexto social, político y económico de México y el resto del Mundo.
- Forma en la que están estructuradas las áreas de mercadotecnia en las organizaciones y su funcionamiento.
- Medios por los que se gestiona el personal de ventas y las técnicas para incrementar su desempeño y lograr los objetivos empresariales.
- Los diferentes modelos de administración de las bases de datos de los clientes para su correcta segmentación.
- Etapas del desarrollo de los planes de negocios y de mercadotecnia.
- Esquemas y proyectos de negocios y comercialización internacional.
- Condiciones financieras nacionales e internacionales como contexto de proyectos de negocios.
- Contexto global que impacta el éxito de productos y servicios.
- Marco normativo para la comercialización de productos y servicios.
- Metodologías que permiten la administración de proyectos exitosa.
- Conceptos básicos de las tecnologías de información y comunicación aplicados a la mercadotecnia.
- Fundamentos de las ventas electrónicas.
- Características y modelos para la gestión y desarrollo de la fuerza de ventas.
- Estrategias para la implementación de planes de mercado.
- Nuevas herramientas que potencialicen los objetivos mercadológicos de las organizaciones.
- Tendencias de la comercialización incorporando las TICS.
- Legislación mercantil y de propiedad intelectual que regulan las marcas.
- Técnicas que efficientan el transporte y entrega de mercancías.
- Modelos de diagnóstico de la satisfacción y percepción del cliente sobre productos y servicios.
- Metodologías para la investigación y generación del conocimiento.
- Técnicas actuales en publicidad y relaciones públicas.
- Fundamentos del diseño aplicado a la mercadotecnia.
- Técnicas para la comercialización en el sector industrial.
- Nociones de los conceptos de mercadotecnia digital.
- Conceptos básicos de los indicadores clave del desempeño en la mercadotecnia.
- Modelos de los canales de distribución.
- Enfoques para la creación y gestión de la marca.

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia y Ventas contará con las siguientes habilidades:

- Habilidades para administrar los recursos humanos, financieros y materiales en el punto de venta.
- Diseño de planes estratégicos, tácticos y operativos.
- Utilizar en forma eficiente y eficaz las tecnologías de la informática y de las telecomunicaciones.
- Implementar de manera eficiente técnicas de venta según la respuesta del mercado.
- Negociación y manejo de conflictos.
- Uso de los diversos programas de diseño para la edición de imágenes.
- Incorporar adecuadamente las tecnologías según los objetivos planteados por la organización.
- Reconocer las posibilidades comerciales en el entorno local y aprovechar las ventajas en diversos mercados.
- Analizar el contexto económico global.
- Capacidad de respuesta ante las adversidades del entorno comercial.
- Recopilar información suficiente que le permita una correcta toma de decisiones.
- Obtener información del consumo de los clientes cautivos y potenciales.
- Evaluar el desempeño de las estrategias implementadas.
- Construcción de escenarios a nivel internacional para generar oportunidades comerciales.
- Visión que le permita identificar las acciones socialmente responsables en organizaciones del siglo XXI.
- Diseño y desarrollo de protocolos de investigación aplicando las técnicas adecuadas para la resolución de problemas.
- Apertura de diálogo local con enfoque global (Glocal).
- Integrar el análisis cuantitativo en las decisiones de mercadotecnia que respalden la asignación de recursos.
- Determinar los precios de productos y servicios en mercados competitivos.
- Visión estratégica para introducir productos verdes al mercado nacional.
- Comunicar las características básicas de la marca.
- Desarrollo de sistemas de información que las organizaciones requieren para adaptarse continuamente a las necesidades del mercado.

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia y Ventas contará con las siguientes actitudes:

- Trabajo interdisciplinario en grupos de trabajo.
- Respeto a las prioridades organizacionales de manera innovadora y propositiva.
- Visión ética y responsable de los negocios.
- Participar de manera comprometida y eficiente en las organizaciones en las que colabora.
- Fomentar el emprendedurismo en nuestro país.
- Pensamiento crítico y analítico.

- Demostrar tolerancia y respeto a la visión y opinión de los otros.
- Conciencia social para que la innovación responda a las necesidades reales del país.
- Responsabilidad ante el consumidor durante el proceso de desarrollo de la idea hasta la comercialización de la misma.
- Reconocimiento de las implicaciones de su desarrollo profesional en el cumplimiento de los objetivos de la empresa.
- Colaboración y cooperación que cohesiona a los equipos de ventas.

	LISTA DE ASIGNATURAS O UNIDADES DE APRENDIZAJE	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		CRÉDITOS	INSTALACIONES	MÓDULOS
				CON DOCENTE	INDEPENDIENTES			
Primer Semestre	Proyecto de Vida y Carrera	LMV101		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	1
	Contexto social, político y económico de México	LMV102		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Expresión Oral y Escrita	LMV103		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Globalización, innovación y cambios disruptivos	LMV104		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	2
	Introducción a la	LMV105		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma	

	Investigación Comercial y de Mercados						Académica	
	Informática para negocios	LMV106		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Fundamentos de Mercadotecnia	LMV107		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
Segundo Semestre	Estrategias de Segmentación del Consumidor Final	LMV201		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	1
	Introducción a la Economía	LMV202		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Uso de Aplicaciones Tecnológicas en la Empresa	LMV203		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Introducción a la Administración	LMV204		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	2
	Inteligencia de Mercados	LMV205		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Contabilidad Básica	LMV206		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	

Tercer Semestre	Administración de Proyectos	LMV301		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	1	
	Estrategia Comercial	LMV302		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica		
	Publicidad y Relaciones Públicas	LMV303		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica		
		Estrategias de precios en la cadena de valor	LMV304		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	2
		Investigación y análisis del consumidor	LMV305		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
		Habilidades para la investigación	LMV306		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
		Economía de la empresa	LMV307		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
Cuarto Semestre	Dinámica Organizacional	LMV401		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	1	
	Administración de relaciones con el cliente	LMV402		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica		
	Estrategias de	LMV403		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma		

	productos verdes					Académica	
	Tendencias actuales en los canales de distribución	LMV404	0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	2
	Estadística aplicada a la mercadotecnia	LMV405	0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Empresas Socialmente Responsables	LMV406	0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Diseño para mercadotecnia	LMV407	0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	productos verdes					Académica	
Quinto Semestre	Negociación y Manejo de Conflictos	LMV501	0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	1
	Análisis Financiero	LMV502	0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Derecho Mercantil y Propiedad Intelectual	LMV503	0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Diseño de Marca	LMV504	0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	2
	Tendencias actuales en	LMV505	0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma	

	intermedios mayoristas						Académica	
	Gestión de Personal de Ventas	LMV506		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
Sexto Semestre	Comercio Electrónico	LMV601		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	1
	Canales de venta minoristas	LMV602		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Marketing de relaciones	LMV603		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Comunicación Integral de Marca	LMV604		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	2
	Estrategias de segmentación para el sector industrial	LMV605		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Planeación Estratégica de Mercadotecnia	LMV606		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
Séptimo Semestre	Estrategias en la administración de ventas minoristas	LMV701		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	1
	Análisis de datos masivos	LMV702		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	



	para la innovación							
	Habilidades gerenciales	LMV703		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Planeación, Ejecución y Control de Mercadotecnia	LMV704		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	2
	Mercadotecnia digital	LMV705		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Entorno internacional de las empresas de mercadotecnia	LMV706		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
Octavo Semestre	Seminario de Investigación	LMV801		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Ética Profesional	LMV802		0	80	5	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Seminario de administración de ventas	LMV803		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	
	Seminario de promoción y publicidad estratégica	LMV804		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica	2

Seminario de indicadores de mercadotecnia	LMV805		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica
Incubación de empresas	LMV806		0	112	7	Entorno de Aprendizaje Virtual: Plataforma Académica

0	4816	301
---	------	-----

TOTAL DE CRÉDITOS DEL PROGRAMA

301

**REQUISITOS DE EGRESO**

1. Haber concluido el 100% de los créditos del plan de estudios.
2. Tener calificación aprobatoria (6.0 seis punto cero) en todas las asignaturas que conforman el plan de estudios.

**EVALUACIÓN FINAL DEL PLAN DE ESTUDIOS (OPCIONES DE TITULACIÓN)**

Para titularse el egresado deberá:

1. Haber realizado su servicio social, cumpliendo la totalidad de horas señaladas para tal efecto.
2. Presentar un trabajo recepcional en forma de tesis o tesina frente a un sínodo que apruebe de manera unánime la defensa del mismo.

**PROPUESTA DE EVALUACIÓN Y ACTUALIZACIÓN PERIÓDICA DEL PLAN DE ESTUDIOS**

Para los planes de estudio la evaluación se realizará una evaluación en distintas etapas:

a) Evaluación Externa

Análisis del mercado laboral que permita recopilar información sobre las necesidades y exigencias de las organizaciones con respecto a las funciones y niveles de calidad esperados en el desarrollo de los egresados de cada programa.

Seguimiento a egresados.

b) Interna

Reuniones de Academia con docentes de cada una de las asignaturas que conforman el Plan de Estudios.

Evaluación permanente del desarrollo de los programas de asignatura.

Para realizar la evaluación de resultados-sumaria, se considerarán los resultados obtenidos en la evaluación formativa, el nivel del logro de los egresados respecto de los objetivos generales de la especialidad y los resultados del análisis de la eficacia de sus acciones (seguimiento de egresados), a fin de validar, a través de su desempeño, el logro de las metas planteadas y analizar el grado de satisfacción de las necesidades expresadas previamente. Así mismo serán considerados los avances teóricos y prácticos de las disciplinas relacionadas con el estudio del ámbito a evaluar. Dicha evaluación sumaria se realizará después de que egrese la primera generación que curse cada Plan de estudios, para realizar las correcciones, ajustes y actualizaciones necesarios para el logro de los objetivos y el alcance de desarrollo de las competencias.

### REQUISITOS DE TITULACIÓN

- 100% de créditos
- Calificación aprobatoria mínima de 60
- Certificado de terminación de estudios
- Liberación de servicio social
- Constancia de acreditación del idioma