

Licenciatura en Mercadotecnia Modelo 2010

- **RVOE**
- **Perfil de ingreso**
- **Perfil del profesional Anáhuac (Perfil de egreso)**

RVOE:

Con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios por Decreto Presidencial publicado en el Diario Oficial de la Federación el 26 de noviembre de 1982. Vigencia a partir de agosto de 2010.

Perfil de ingreso:

Egresado de Bachillerato o equivalente

Perfil de egreso:

El Licenciado en Mercadotecnia Anáhuac es una persona con una sólida formación profesional, intelectual, humana, social y espiritual; que busca ante todo la verdad y el bien; y se empeña en ejercer su liderazgo para la transformación de la sociedad y la cultura.

El Mercadólogo Anáhuac gestiona planes y decisiones estratégicas de mercado que generen valor e innovación para el consumidor y la sociedad a través de la marca, los productos y los servicios que se ofrecen, identificando segmentos y oportunidades de mercado dentro del contexto nacional e internacional, mediante herramientas analíticas y tecnológicas que identifiquen las necesidades del consumidor en entornos complejos y dinámicos. Comunica y se interrelaciona con el consumidor de forma estratégica, creativa y ética en el marco de la responsabilidad social.

El perfil de egreso del Licenciado en Mercadotecnia se desglosa y detalla principalmente a través de las competencias profesionales y se consolida con las

genéricas de la profesión y las competencias Anáhuac comunes a los egresados del modelo educativo. Estas competencias son:

Competencias Anáhuac

1. Reconoce y opta por la verdad como característica de una razón abierta a la realidad y a la verdad del hombre en todas las dimensiones: cuerpo – alma, inteligencia, voluntad, afectividad, intersubjetividad, historicidad, libertad, responsabilidad, conciencia, moralidad y apertura a la trascendencia.
2. Establece relaciones interpersonales que favorecen el trabajo en equipo y el desarrollo de su liderazgo de servicio, de una forma empática y respetuosa en diferentes ambientes sociales y culturales.
3. Elabora y transmite mensajes escritos y orales de forma correcta, estructurada, clara y eficaz tanto en la lengua materna como en lengua extranjera, respetando los aspectos culturales asociados a ellas.

Competencias Profesionales

1. Evalúa el funcionamiento de la empresa relacionado al producto, marca y servicio que se ofrece a la sociedad, mediante la información del mercado y métricas internas con apego a la verdad.
2. Interpreta y genera informes analíticos con visión estratégica en base a las mejores prácticas de responsabilidad social de la industria, la competencia y los consumidores.
3. Diseña e instrumenta con visión estratégica programas de mercadotecnia para segmentos tanto industriales como del consumidor, atendiendo al bienestar del consumidor y de la sociedad.
4. Genera nuevas oportunidades de negocio que se caractericen por su ética y responsabilidad social y que deriven de la Investigación e identificación de nuevos mercados nacionales e internacionales.
5. Toma decisiones oportunas y planea los proyectos de Mercadotecnia a partir del uso eficiente de los sistemas de información.
6. Obtiene e interpreta información del consumidor, competencia, empresa e industria diseñando y utilizando herramientas cuantitativas y cualitativas con una visión ética.
7. Planea y establece metas cuantitativas y financieras en relación a los productos, marcas y servicios que ofrecen las empresas pensando en el bien de la empresa y la sociedad.
8. Utiliza de forma eficiente y con apego a la legalidad las principales tendencias de innovación tecnológica que impactan al área de mercadotecnia.

9. Satisface al consumidor optimizando cadenas de agregación de valor en la entrega de productos y servicios de calidad de manera que cumplan con un enfoque de responsabilidad social.
10. Implementa las herramientas del Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza y Promoción) como consecuencia de un análisis y planeación estratégica de manera ética y con apego al bienestar de la sociedad.
11. Planea e implementa con visión estratégica y con ética los medios de comunicación y promoción que van dirigidos al consumidor y a la sociedad.
12. Elabora planes estratégicos de mercadotecnia y conduce su instrumentación con la flexibilidad que impone la dinámica y volatilidad de la economía global con apego a los principios de la ética.
13. Evalúa las acciones estratégicas del área de Mercadotecnia generando diferentes métricas que le permitan entender su beneficio para la empresa y la sociedad.
14. Analiza e implementa planes estratégicos de Mercadotecnia en empresas de servicios, de consumo e industriales pertenecientes a diferentes contextos sociales, culturales, nacionales e internacionales basándose en la responsabilidad social y la ética.

Competencias Genéricas

1. Capacidad de análisis y síntesis.
2. Capacidad de autogestión y autoaprendizaje, perseverancia y manejo de la información a través del apoyo tecnológico de la materia en línea.
3. Capacidad de búsqueda adecuada de información y manejo de las nuevas tecnologías como un apoyo en el proceso de aprendizaje a través de las materias semi presenciales.
4. Diseño y gestión de proyectos.
5. Dominio del idioma inglés como segunda lengua en el ámbito de su profesión.
6. Habilidad para trabajar en un contexto internacional.
7. Habilidades de gestión de la información.
8. Planificación y gestión del tiempo.
9. Resolución de problemas.
10. Toma de decisiones.
11. Trabajo en equipo.

Plan de estudios

BLOQUE ANÁHUAC

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS	CRÉDITOS
Antropología fundamental	6
Ética y bioética	6
Habilidades de comunicación	6
Historia de occidente	6
Historia del pensamiento	6
Introducción a los estudios universitarios	6
Persona y trascendencia	6
Responsabilidad social	6
SUMA TOTAL DE CRÉDITOS DEL BLOQUE	48

BLOQUE PROFESIONAL

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS	CRÉDITOS
Administración financiera I	6
Administración financiera II	6
Cálculo diferencial e integral	9
Comunicación integral de mercadotecnia	6
Conducta del consumidor	6

Contabilidad gerencial	9
Contabilidad intermedia	6
Derecho y empresa	6
Distribución y logística	6
Economía empresarial	6
Economía internacional	6
Empresa y su entorno	6
Estadística descriptiva y probabilidad	9
Estadística inferencial y pronóstico	9
Estrategias en el punto de venta y mercadeo	6
Ética profesional en los negocios	6
Evaluación de proyectos de inversión	6
Fundamentos de contabilidad	6
Fundamentos de macroeconomía	6
Fundamentos de microeconomía	6
Gerencia de marca	6
Gestión estratégica de mercados	6
Habilidades de liderazgo en economía y negocios	6
Herramientas analíticas para la toma de decisiones en mercadotecnia	6

Innovación de producto y estrategias de precio	6
Innovación y creatividad	6
Investigación de mercados cualitativa	6
Investigación de mercados cuantitativa	6
Investigación de operaciones	6
Matemáticas financieras	6
Matemáticas para negocios	9
Mercadotecnia de servicios	6
Mercadotecnia digital y CRM	6
Mercadotecnia fundamental	6
Mercadotecnia global	6
Mercadotecnia industrial y ventas	6
Negocios internacionales	6
Practicum 1: Economía y negocios	6
Practicum 2: Mercadotecnia	6
Practicum 3: Mercadotecnia	6
Simulación y casos de mercadotecnia	6
Taller de mercadotecnia	6
SUMA TOTAL DE CRÉDITOS DEL BLOQUE	267

Requisitos Académicos:

Requisitos académicos que deberás cubrir en tu plan de estudios:

- Acreditar el nivel de inglés que corresponda a tu licenciatura.
- Cursar y acreditar al menos una asignatura totalmente en inglés.
- Además deberás cursar dos asignaturas en modalidad semipresencial y una asignatura totalmente en línea.

Consulta con tu Tutor o tu Coordinador qué asignaturas ofrecerán en tu licenciatura bajo estas modalidades.

- Acreditar el Examen de Egreso de Licenciatura (EGEL). Solo para los programas para los que existe este examen.