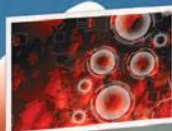


UNITEC

Universidad Tecnológica de México



Mercadotecnia



Desarrolla tus habilidades y aptitudes

Si te interesa:

- Participar en el desarrollo de marcas, empleando estrategias de mercadotecnia y de posicionamiento de productos.
- Poner en marcha tu visión global y multicultural de los negocios.
- Decidir cuáles son los canales idóneos de distribución y logística para diferentes productos y servicios.
- Adentrarte en la mercadotecnia de servicios y en la mercadotecnia digital.
- Llevar a la práctica tu interés hacia la responsabilidad social corporativa y la mercadotecnia sustentable.



Entonces, estudiar
Mercadotecnia puede
abrirte un mundo
de posibilidades
para crecer y alcanzar
tus metas





El Licenciado en Mercadotecnia egresado de la UNITEC se prepara para aplicar y evaluar estrategias de mercadotecnia, comercialización y ventas, utilizando información de mercado para la toma de decisiones adecuada.

Es un profesional capaz de identificar oportunidades, al generar, analizar e interpretar investigaciones de mercado. También puede diseñar e implantar planes de mercadotecnia que vinculen a la firma con el consumidor.

Cuenta con conocimientos sólidos para formular, proponer y evaluar procesos innovadores en mercadotecnia, que impliquen posicionar marcas, productos y servicios, tanto en los medios tradicionales como en los digitales y vanguardistas.


Está listo para trabajar en ambientes organizacionales flexibles y multiculturales, así como en entornos competitivos y globalizados.

En la Licenciatura en Mercadotecnia de la UNITEC adquieres los

conocimientos y habilidades para:

- Diseñar y evaluar planes de mercadotecnia alineados a las necesidades de las organizaciones y los clientes.
- Concebir y elaborar campañas de publicidad y promoción, así como contratar los medios requeridos para hacerlas públicas.
- Generar estrategias de mercadotecnia, comercialización, diseño de marca, ventas, promoción, publicidad, distribución y precios.
- Investigar mercados para generar información relevante para la toma de decisiones.
- Definir planes de comunicación sobre responsabilidad social corporativa y cuidado del entorno social.
- Coordinar y dirigir equipos interdisciplinarios para el logro de los objetivos de la organización.
- Analizar y procesar grandes bases de datos para determinar patrones de consumo.
- Distinguir oportunidades y amenazas de mercado y responder a ellas.





Dos de cada tres consumidores a escala mundial aseguran que las ofertas y el contenido personalizado influyen en sus decisiones de compra de productos y servicios. Por eso es tan importante la labor del mercadólogo.

Estudio “Marketing Contextual”, de SAP y Forrester.

Encuentra tu camino profesional en:

- Empresas públicas y privadas, desarrollando planes estratégicos de comercialización y creación de marca que manejen mercadotecnia internacional.
- Firmas que desarrollen campañas de imagen pública.
- Medios de comunicación escrita y electrónica (como radio y televisión), desarrollando e implementando planes de mercadotecnia.
- Agencias de publicidad, en el diseño y dirección de campañas publicitarias y planes de mercadotecnia.
- Empresas nacionales e internacionales, en las áreas de mercadotecnia, investigación de mercados, promoción y posicionamiento de marca.
- Consultoras en mercadotecnia, desarrollando nuevos productos, publicidad y relaciones públicas.



Mercadotecnia

Modalidades mixta y no escolarizada

PLAN DE ESTUDIOS DE

4 años

1er cuatrimestre

- Modelos de gestión de negocios
- Desarrollo social y científico
- Comunicación oral y escrita
- Ciencia y técnica con humanismo*

2º cuatrimestre

- Contabilidad financiera
- Estructuras organizacionales y gestión del conocimiento
- Matemáticas aplicadas a los negocios
- Entorno legal de la empresa*

3er cuatrimestre

- Gestión de costos y precios
- Tecnologías de información en las organizaciones
- Matemáticas financieras
- Ciudadanía y desarrollo sustentable*

4º cuatrimestre

- Información financiera para la toma de decisiones
- Comportamiento organizacional
- Estadística descriptiva aplicada
- Gestión y desarrollo del talento humano*

5º cuatrimestre

- Economía de la empresa
- Presupuestos
- Estadística inferencial aplicada
- Ventas y comercialización

6º cuatrimestre

- Gestión de valor en mercadotecnia
- Mercadotecnia y desarrollo tecnológico
- Mercadotecnia e innovación
- Canales de distribución y logística

7º cuatrimestre

- Comportamiento del consumidor
- Mercadotecnia y negociación internacional
- Investigación cualitativa y cuantitativa de mercados
- Legislación de los medios de comunicación y de la publicidad*

8º cuatrimestre

- Comunicación e imagen pública
- Administración y prospectiva estratégica
- Promoción y comunicación interactiva
- Fundamentos de comunicación visual y semiótica*

9º cuatrimestre

- Publicidad y patrocinio
- Posicionamiento de productos y marcas
- Comercio electrónico*
- Mercadotecnia de servicios*

10º cuatrimestre

- Relaciones públicas
- Métodos y técnicas de precios y ventas
- Simulación de modelos de negocios
- Formulación y evaluación de proyectos*

11º cuatrimestre

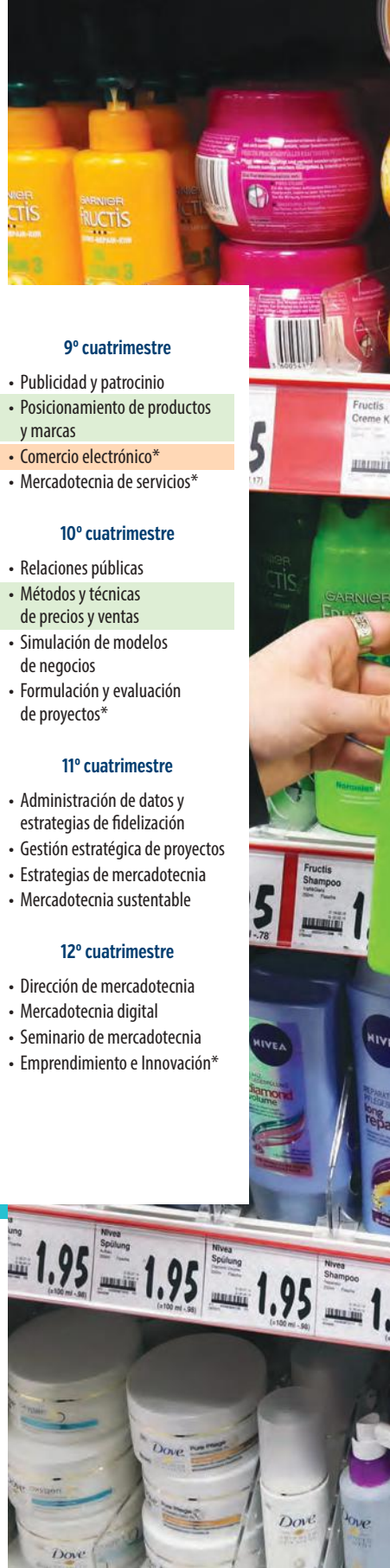
- Administración de datos y estrategias de fidelización
- Gestión estratégica de proyectos
- Estrategias de mercadotecnia
- Mercadotecnia sustentable

12º cuatrimestre

- Dirección de mercadotecnia
- Mercadotecnia digital
- Seminario de mercadotecnia
- Emprendimiento e Innovación*

Esta licenciatura está disponible en las modalidades:

- **Ejecutiva**, con materias presenciales y en línea (*)
- **En línea** (exclusivamente)



1er cuatrimestre

- Modelos de gestión de negocios
- Desarrollo social y científico
- Comunicación oral y escrita
- Matemáticas aplicadas a los negocios
- Ciencia y técnica con humanismo*

2º cuatrimestre

- Contabilidad financiera
- Estructuras organizacionales y gestión del conocimiento
- Matemáticas financieras
- Tecnologías de información en las organizaciones
- Entorno legal de la empresa*

3er cuatrimestre

- Gestión de costos y precios
- Información financiera para la toma de decisiones
- Comportamiento organizacional
- Estadística descriptiva aplicada
- Ciudadanía y desarrollo sustentable*

4º cuatrimestre

- Economía de la empresa
- Presupuestos
- Estadística inferencial aplicada
- Mercadotecnia e innovación
- Gestión y desarrollo del talento humano*

5º cuatrimestre

- Gestión de valor en mercadotecnia
- Mercadotecnia y desarrollo tecnológico
- Canales de distribución y logística
- Investigación cualitativa y cuantitativa de mercados
- Ventas y comercialización

6º cuatrimestre

- Comportamiento del consumidor
- Mercadotecnia y negociación internacional
- Comunicación e imagen pública
- Legislación de los medios de comunicación y de la publicidad*
- Fundamentos de comunicación visual y semiótica*

7º cuatrimestre

- Administración y prospectiva estratégica
- Promoción y comunicación interactiva
- Publicidad y patrocinio
- Relaciones públicas
- Comercio electrónico*
- Formulación y evaluación de proyectos*

8º cuatrimestre

- Posicionamiento de productos y marcas
- Métodos y técnicas de precios y ventas
- Gestión estratégica de proyectos
- Estrategias de mercadotecnia
- Simulación de modelos de negocios
- Mercadotecnia de servicios*

9º cuatrimestre

- Dirección de mercadotecnia
- Administración de datos y estrategias de fidelización
- Mercadotecnia sustentable
- Mercadotecnia digital
- Seminario de mercadotecnia
- Emprendimiento e Innovación*

Al cursar estas materias, alcanzando un promedio mínimo de 8.0 en cada bloque de materias del mismo color, podrás obtener los diplomados en:

- Desarrollo de Empresas
- Investigación de Mercados
- Comercialización
- Pricing

Para los programas que se ofertan en la Modalidad Ejecutiva, los planes de estudio de la UNITEC incluyen materias que han sido diseñadas para cursarse exclusivamente en línea, con objeto de que los alumnos desarrollen las capacidades de aprendizaje y comunicación que proporcionan las nuevas tecnologías.

La oferta de materias en línea podrá incrementarse dependiendo del surgimiento de nuevas estrategias de aprendizaje.

Toma la mejor decisión

Estudia en la UNITEC

Porque a lo largo de medio siglo se ha destacado por la empleabilidad de sus egresados:

- Los planes de estudio de la UNITEC son diseñados a partir del análisis de las tendencias educativas y de las profesiones; responden a las necesidades del país y de los empleadores; y tienen Reconocimiento de Validez Oficial otorgado por la Secretaría de Educación Pública.
- 9 de cada 10 egresados de la UNITEC trabajan en lo que estudiaron. (*Estudio de Egresados IPSOS 2015*).
- En promedio, los egresados de la UNITEC tardan cuatro meses en conseguir trabajo, que es la mitad de tiempo de lo que tardan quienes estudiaron en otras universidades privadas. (*Estudio Affordable Higher Education in México: Implications for Career Advancement and Social Mobility, IFC-Laureate International Universities, 2015*).

Porque la UNITEC es una universidad pensada para ti:

- La modalidad Ejecutiva (para mayores de 24 años) permite estudiar una parte de la licenciatura en horarios compatibles con tu trabajo, contando con la flexibilidad que dan las materias en línea.
- Sus programas en línea lograron la máxima calificación de 5 estrellas del ranking QS Stars, evaluadora mundial de calidad académica de educación*, destacando:
 - El uso de nuevas tecnologías en procesos de enseñanza
 - El tiempo en el que se han operado exitosamente
 - La oportunidad que brindan estas tecnologías para interactuar con otros estudiantes.
- El título que recibes es el mismo que el de los programas tradicionales.
- Cuenta con Respaldo Económico UNITEC®, programa que reconoce tu esfuerzo con becas por desempeño académico, te da acceso a financiamientos educativos y, si así lo requieres, te ayuda a conseguir empleo de medio tiempo mediante UNITEC Te Impulsa®.

En la UNITEC nos enfocamos en la calidad de la enseñanza para asegurarte una excelente formación profesional, fortalecer tus posibilidades para lograr un mejor empleo, e impulsar tu carrera para que logres tus metas.

*Esta metodología de evaluación de calidad académica clasifica a dos mil instituciones de educación superior de 50 países.

01800 7UNITEC | unitec.mx
8 6 4 8 3 2



Estudios con reconocimiento de validez oficial por Acuerdo Secretarial número 142 publicado en el Diario Oficial de la Federación el 24 de octubre de 1988.

Institución con Acreditación Lisa y Llana, el nivel más alto otorgado por FIMPES (Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior, A.C.)

