



LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA CON ÉNFASIS EN DESARROLLO DE NEGOCIOS

CLAVE DEL PLAN DE ESTUDIOS: 2022.
Modalidad: Cuatrimestral
Duración: 10 cuatrimestres (3 años 4 meses)

Objetivo:

Formar profesionales de la Mercadotecnia con énfasis en Desarrollo de Negocios con una sólida preparación teórico-práctica en materia de desarrollo de negocios que generen cambios, con alta capacidad para la solución de problemas, la toma de decisiones asertivas, el liderazgo y profesionalismo mediante una actitud crítica, competitiva, innovadora, ética y colaborativa, que empleen las herramientas adecuadas para diseñar, implementar, coordinar y evaluar estrategias de mercadotecnia y el desarrollo de campañas de promoción y publicidad a partir de la identificación de oportunidades de mercados meta que representen óptimas oportunidades de beneficio para el desarrollo de negocios en la comercialización de bienes y servicios; en entornos nacionales y globales.

Perfil de Ingreso:

El candidato a cursar la Licenciatura en Mercadotecnia con énfasis en Desarrollo de Negocios deberá haber cursado de preferencia en el nivel medio superior el área económica-administrativa que le servirá como inducción para ampliar sus conocimientos y formarse estructuralmente en el área de estudio. Derivado de su paso por la Educación Media superior posee las siguientes competencias:

- Se autodetermina y cuida de sí.
- Se conoce y valora a sí mismo y aborda problemas y retos teniendo en cuenta los objetivos que persigue.
- Enfrenta las dificultades que se le presentan y es consciente de sus valores, fortalezas y debilidades. Identifica sus emociones, las maneja de manera constructiva y reconoce la necesidad de solicitar apoyo ante una situación que lo rebase.
- Elige alternativas y cursos de acción con base en criterios sustentados y en el marco de un proyecto de vida.
- Analiza críticamente los factores que influyen en su toma de decisiones.
- Asume las consecuencias de sus comportamientos y decisiones.
- Administra los recursos disponibles teniendo en cuenta las restricciones para el logro de sus metas.
- Habilidades para el análisis de problemas, la toma de decisiones y para la comunicación.
- Estar comprometido con su profesión.



MERCADOTECNIA
ÉNFASIS EN DESARROLLO
DE NEGOCIOS



- Capacidad de organización además de creativo e innovador.
- Tener sentido de la organización y del trabajo humanístico, social y de gestión.
- Poseer la habilidad para resolver problemas diversos que se presenten en una organización pública o privada, empresa productiva o de servicios.
- Apertura a cambios tecnológicos, empresariales e interés por la investigación.
- Dispuesta al trabajo en equipo.
- Proactivo y de servicio.
- Creativo e innovador.
- Comprensión y análisis de textos en inglés.
- Habilidades en el manejo de TIC's.
- Orientado hacia el trabajo por proyectos.

Perfil de Egreso:

- Diseña planes estratégicos de mercadotecnia a nivel nacional e internacional, que satisfacen las necesidades de los clientes y generan beneficios a la sociedad en instituciones lucrativas y no lucrativas de manera ética.
- Promueve la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible en la empresa, mediante el conocimiento de la realidad social y las tendencias nacionales y mundiales para el diseño de productos y servicios que satisfacen a los clientes y a la sociedad.
- Utiliza tecnologías que permiten nuevos esquemas de comercialización a nivel global, integrando aspectos culturales y legales
- Reconoce la necesidad de una comercialización efectiva, tomando decisiones con base en información cuantitativa y cualitativa.
- Desarrolla campañas publicitarias, promocionales, de relaciones públicas y de mercadotecnia directa.
- Elabora planes estratégicos eficaces y eficientes de mercadotecnia.

- Implementa programas de mercadotecnia en empresas nacionales y extranjeras y en negocios de nueva creación promoviendo la mercadotecnia social y el desarrollo sostenible en la empresa.
- Utiliza tecnologías digitales que permiten nuevos esquemas de comercialización.
- Explica los elementos y herramientas para elaborar programas de mercadotecnia en el cumplimiento de los objetivos establecidos en la administración de marcas.
- Reconoce los elementos analíticos y cualitativos para el análisis de información que influya en las tendencias de los mercados y el comportamiento del consumidor, con el objetivo de desarrollar nuevos productos y/o servicios.
- Diseña planes de publicidad y promoción para el posicionamiento de las marcas.
- Desarrolla el branding para identificar el potencial de la marca a través de la planificación estratégica, basada en un análisis de las tendencias del mercado actual.



MERCADOTECNIA

ÉNFASIS EN DESARROLLO
DE NEGOCIOS



- Establece las recomendaciones necesarias en la implementación de campañas de comunicación integrales desarrolladas por los creativos, a fin de lograr el impacto requerido por las marcas.
- Reconoce las técnicas de mercadeo en las organizaciones privadas y públicas para mejorar la ventaja competitiva
- Aplica instrumentos actualizados para el conocimiento del entorno y de la competencia.
- Analiza las tendencias del entorno mediante el uso de investigación de mercados para generar oportunidades de negocios en cualquier sector, conforme a las normas de calidad nacionales e internacionales y la legislación correspondiente.
- Evalúa planes estratégicos de mercadotecnia para la implementación de productos y/o servicios, conforme a las normas nacionales e internacionales de calidad y los tratados comerciales internacionales suscritos por México.
- Analiza el comportamiento del consumidor para identificar sus necesidades y deseos, comprendiendo los factores que influyen en sus decisiones de compra, de acuerdo a las normas nacionales e internacionales de protección al consumidor.
- Elabora sistemas de información de mercadotecnia y proyectos de investigación de mercados con enfoque cualitativo y cuantitativo para la toma de decisiones y desarrollo de estrategias de mercado conforme a las normas de calidad y legislación correspondiente.
- Desarrolla procesos para la comercialización, distribución, logística y administración de estrategias de venta para facilitar el intercambio de

bienes y servicios en forma óptima conforme a las normas y legislación aplicable.

- Planifica negocios y evalúa proyectos de inversión, a través de la determinación de nuevos satisfactores de necesidades, para la innovación y desarrollo de bienes y servicios conforme a las normas y legislación correspondientes.
- Administra programas de mercadotecnia y negocios electrónicos para incrementar, optimizar y desarrollar mercados, conforme a la normatividad y legislación correspondientes.
- Diseña y opera campañas de propaganda, comunicación comercial y organizacional, con la perspectiva de la gestión de relación con el cliente, mercadeo en puntos de venta, publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas para difundir y posicionar el producto conforme a las normas y legislación correspondientes.
- Analiza las tendencias del entorno mediante el uso de investigación de mercados, para generar oportunidades de negocios en cualquier sector, conforme a las normas de calidad nacionales e internacionales y la legislación correspondiente.
- Planifica negocios y evalúa proyectos de inversión, a través de la determinación de nuevos satisfactores de necesidades, para la innovación y desarrollo de bienes y servicios conforme a las normas y legislación correspondientes.
- Desarrolla y evalúa planes estratégicos de mercadotecnia para la implementación de productos y/o servicios, conforme a las normas nacionales e internacionales de calidad y los tratados comerciales internacionales suscritos por México.



MERCADOTECNIA

ÉNFASIS EN DESARROLLO
DE NEGOCIOS



- Planea, coordina y evalúa programas de mercadotecnia lucrativa y social con un enfoque de desarrollo sustentable para el beneficio del entorno social, económico y cultural de las organizaciones, conforme a las normas de calidad y leyes aplicables.
- Desarrolla procesos para la comercialización, distribución, logística y administración de estrategias de venta para facilitar el intercambio de bienes y servicios en forma óptima conforme a las normas y legislación correspondientes.
- Analiza el comportamiento del consumidor para identificar sus necesidades y deseos, comprendiendo los factores que influyen en sus decisiones de compra, de acuerdo a las normas nacionales e internacionales de protección al consumidor.
- Diseña y opera campañas de propaganda, comunicación comercial y organizacional, con la perspectiva de la gestión de relación con el cliente, mercadeo en puntos de venta, publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas para difundir y posicionar el producto conforme a las normas y legislación correspondientes.
- Evalúa los resultados del análisis del sistema de información a partir del uso de las tecnologías de información y comunicación para el desarrollo del plan de mercadotecnia, conforme a las normas de calidad y legislación correspondiente.
- Administra programas de mercadotecnia y negocios electrónicos para incrementar, optimizar y desarrollar mercados, conforme a la normatividad y legislación correspondientes.

MAPA CURRICULAR

PRIMER CUATRIMESTRE

- INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL DERECHO
- PRINCIPIOS DE LA MERCADOTECNIA
- ANÁLISIS Y REDACCIÓN DE LA INFORMACIÓN
- MATEMÁTICAS
- INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN

SEGUNDO CUATRIMESTRE

- COMUNICACIÓN DE LA MERCADOTECNIA
- DERECHO EMPRESARIAL
- COMPUTACIÓN
- ESTADÍSTICA Y PROBABILIDAD
- INGLÉS I

TERCER CUATRIMESTRE

- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
- DERECHO LABORAL
- CONTABILIDAD
- MATEMÁTICAS FINANCIERAS
- PRINCIPIOS DE MERCADOTECNIA DIGITAL

CUARTO CUATRIMESTRE

- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DIGITALES
- INTRODUCCIÓN A LAS EMPRESAS
- COSTOS Y PRESUPUESTOS
- MICROECONOMÍA
- INGLÉS II



MERCADOTECNIA

ÉNFASIS EN DESARROLLO
DE NEGOCIOS



MERCADOTECNIA

ÉNFASIS EN DESARROLLO
DE NEGOCIOS

QUINTO CUATRIMESTRE

- ESTADÍSTICA APLICADA A LA MERCADOTECNIA
- INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD.
- MEDIO AMBIENTE Y SOCIEDAD
- MACROECONOMÍA
- RELACIONES PÚBLICAS

SEXTO CUATRIMESTRE

- MERCADOTECNIA DE SERVICIOS
- MARKETING DE SERVICIOS Y BIENES DE LUJO
- BRAND MANAGEMENT
- FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN
- INGLÉS III

SÉPTIMO CUATRIMESTRE

- MERCADOTECNIA INTERNACIONAL
- SIMULADOR DE CREACIÓN DE EMPRESAS
- GESTIÓN TECNOLÓGICA
- PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE NEGOCIOS
- DISEÑO Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

OCTAVO CUATRIMESTRE

- MERCADOTECNIA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
- PYMES Y FRANQUICIAS
- MARKETING DIGITAL
- ECONOMÍA MUNDIAL
- CANALES DE DISTRIBUCIÓN

NOVENO CUATRIMESTRE

- E-COMMERCE
- MEDIOS DIGITALES
- CAMPAÑAS Y CONTENIDOS DIGITALES
- CALIDAD EMPRESARIAL
- FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES

DÉCIMO CUATRIMESTRE

- PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR
- ANÁLISIS DE PROBLEMAS Y TOMA DE DECISIONES
- TENDENCIAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD
- SEMINARIO DE PROMOCIÓN EMPRESARIAL
- SEMINARIO DE TITULACIÓN



CEUMH.HIDALGO



771 129 03 09
771 360 24 35



771 700 85 47



CEUMH



@CEUMH



CEUMH1



WWW.CEUMH.EDU.MX