Consejo de Educación Superior

Resolución: N°: RPC-SO-03-NO.077-2021

Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 09-05-2021

Detalle de la carrera

IES:	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Siglas:	UCSG
Código sniese:	1028
Tipo de financiamiento:	PARTICULAR COFINANCIADA
Sitio web:	https://www.ucsg.edu.ec/
Tipo de IES:	UNIVERSIDADES Y ESCUELAS POLITÉCNICAS

Estado de la carrera:	VIGENTE
Tipo de carrera:	TERCER NIVEL
Campo amplio:	ADMINISTRACIÓN
Campo específico:	EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN
Campo detallado:	MERCADOTECNIA
Programa:	MERCADOTECNIA
Título que otorga:	LICENCIADO/A EN MERCADOTECNIA
Codificación:	1028-650414A01-P-0901
Lugar de ejecución:	SEDE MATRIZ
Provincia:	GUAYAS
Cantón:	GUAYAQUIL
Ciudad:	GUAYAQUIL
Duración:	8
Periodo académico:	ORDINARIO
Semanas de periodo académico:	16
Modalidad:	PRESENCIAL
Valor de la matrícula:	$ 301,80
Valor del arancel:	$ 3.018,03
N° de resolución del CES:	RPC-SO-03-NO.077-2021
Estado actual:	APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación:	2020-01-23
Año de aprobación:	2020
Años de vigencia:	10 años.
Vigente hasta:	2030-01-23
Convenio con otras entidades:	
	- TESALIA SPRINGS COMPANY CBC.
	- IMPORTADORA TOMEBAMBA S.A.
	- MICROEMPRESA ALVICON (ALUMINIO Y VIDRIO PARA LA CONSTRUCCIÓN).
	- ACEROS EMANUEL.
N° de horas:	5.760 Horas.

Consejo de Educación Superior

Resolución: N°: RPC-SO-03-NO.077-2021

Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 09-05-2021

Detalle de la carrera

Requisitos de ingreso:

SEGÚN LO QUE ESTABLECE EL ART. 82 DE LA LOES, EN RELACIÓN AL INGRESO A LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR:

1.- SE DEBE POSEER TÍTULO DE BACHILLER O SU EQUIVALENTE, DE CONFORMIDAD CON LA LEY.

2.- LAS INSTITUCIONES DEL SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR ACEPTARÁN LOS TÍTULOS DE BACHILLERES OBTENIDOS EN EL EXTRANJERO, RECONOCIDOS O EQUIPARADOS POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN.

A CONTINUACIÓN SE DETALLA LOS REQUISITOS PARA EL INGRESO A LA CARRERA DESDE SUS DIFERENTES ORÍGENES:

REQUISITOS PARA EL PROCESO DE ADMISIÓN.

1. COPIA A COLOR DE CÉDULA DE IDENTIDAD.

2. COPIA A COLOR DEL CERTIFICADO DE VOTACIÓN (NO OBLIGATORIO PARA ALUMNOS MENORES DE EDAD O QUIENES NO CUMPLÍAN SU MAYORÍA DE EDAD EN LAS ÚLTIMAS VOTACIONES).

3. FOTOS (3) TAMAÑO PASAPORTE A COLORES (5CM. X 5CM. CON FONDO BLANCO).

4. COPIA DEL TÍTULO DE BACHILLER O ACTA DE GRADO REFRENDADA EN EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN (*).

5. COPIA A COLOR DE UNA (1) PLANILLA DE SERVICIO BÁSICO.

6. LOS ESTUDIANTES DE SNNA DEBEN ENTREGAR IMPRESA LA APROBACIÓN DEL SENESCYT.

(*) EN EL CASO DE QUE EL ESTUDIANTE NO ENTREGUE EL ACTA DE GRADO O TÍTULO, DEBERÁ PRESENTAR UN CERTIFICADO DEL COLEGIO QUE INDIQUE QUE EL DOCUMENTO SE ENCUENTRA EN TRÁMITE.

- REQUISITOS PARA INGRESO A LA CARRERA PROVENIENTE DE HOMOLOGACIÓN:

DENTRO DEL REGLAMENTO DE HOMOLOGACIÓN DE ESTUDIOS, CURSOS O SUS EQUIVALENTES PARA ESTUDIANTES EN GRADO, EL ARTÍCULO 2 RECONOCE CINCO TIPOS DE CASOS PARA HOMOLOGACIÓN:

- HOMOLOGACIONES EXTERNAS TIPO 1 (HE1): PARA ASIGNATURAS APROBADAS EN OTRAS IES O INSTITUTOS DE NIVEL TÉCNICO O TECNOLÓGICO INTERNACIONALES, EN CUALQUIER MODALIDAD.

- HOMOLOGACIONES EXTERNAS TIPO 2 (HE2): PARA ASIGNATURAS APROBADAS EN OTRAS IES O INSTITUTOS DE NIVEL TÉCNICO O TECNOLÓGICO NACIONALES, EN CUALQUIER MODALIDAD.

- HOMOLOGACIONES INTERNAS TIPO 1 (HI1): PARA ASIGNATURAS APROBADAS EN CUALQUIER CARRERA Y MODALIDAD DE LA UCSG Y QUE SEAN HOMOLOGABLES CON OTRAS ESPECÍFICAS DE LAS CARRERAS.

- HOMOLOGACIONES INTERNAS TIPO 2 (HI2): PARA ASIGNATURAS GENERALES DE LA UCSG, APROBADAS EN CUALQUIER CARRERA Y MODALIDAD (ASIGNATURAS DEL ÁREA DE HUMANIDADES, HUMANISMO INTEGRAL 1 Y 2, INGLÉS GENERAL E INFORMÁTICA).

- HOMOLOGACIONES POR CAMBIO DE MODALIDAD EN LA MISMA CARRERA (HI3): PARA ASIGNATURAS APROBADAS EN LA MISMA CARRERA, AUNQUE EN OTRA MODALIDAD, EN LA UCSG.

SEGÚN EL ARTÍCULO 4 DEL REGLAMENTO, PARA PODER REALIZAR EL PROCESO DE HOMOLOGACIÓN, EL INTERESADO DEBE CUMPLIR LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS ORIGINALES Y LEGALIZADOS:

PARA HOMOLOGACIONES EXTERNAS TIPO 1 (HE1) Y 2 (HE2):

1. ESPECIE VALORADA EN LA QUE SE EXPLIQUE EL CASO DE HOMOLOGACIÓN RESPECTIVA, DETALLANDO TODAS LAS ASIGNATURAS QUE PRETENDA SOMETER A ANÁLISIS.

2. CERTIFICADO DE ASIGNATURAS APROBADAS Y CALIFICACIONES OBTENIDAS.

3. PROGRAMAS DE LAS ASIGNATURAS.

4. CERTIFICADO DEL SISTEMA O ESCALA DE CALIFICACIONES UTILIZADA EN LA INSTITUCIÓN DE DÓNDE PROVIENE.

5. CERTIFICADO DE NOTA MÍNIMA PARA APROBACIÓN DE MATERIA.

EL ARTÍCULO 5 INDICA QUE LAS HOMOLOGACIONES EXTERNAS TIPO 1 DEBERÁN SER SUSTENTADAS EN DOCUMENTOS LEGALIZADOS Y APOSTILLADOS POR LAS AUTORIDADES DEL PAÍS DONDE SE CURSARON LOS ESTUDIOS. EN LO RELACIONADO A LOS ECUATORIANOS Y EXTRANJEROS GRADUADOS DE BACHILLER EN EL EXTERIOR, LES CORRESPONDERÁ CUMPLIR TAMBIÉN CON EL TRÁMITE DE RECONOCIMIENTO DE ESTUDIOS EN EL MINISTERIO COMPETENTE DEL ECUADOR.

EL ARTÍCULO 5 SEÑALA TAMBIÉN QUE LOS ESTUDIANTES DE NACIONALIDAD EXTRANJERA DEBERÁN PROBAR SU LEGAL MIGRACIÓN EN EL PAÍS.

PARA HOMOLOGACIONES INTERNAS TIPO 1 (HI1):

1. ESPECIE VALORADA EN LA QUE SE EXPLIQUE EL CASO DE HOMOLOGACIÓN RESPECTIVA, DETALLANDO TODAS LAS ASIGNATURAS QUE PRETENDA SOMETER A ANÁLISIS.

2. CERTIFICADO DE ASIGNATURAS APROBADAS Y CALIFICACIONES OBTENIDAS.

3. PROGRAMAS DE LAS ASIGNATURAS.

PARA HOMOLOGACIONES INTERNAS TIPO 2 (HI2) Y TIPOS 3 (HI3):

1. ESPECIE VALORADA EN LA QUE SE EXPLIQUE EL CASO DE HOMOLOGACIÓN RESPECTIVA, DETALLANDO TODAS LAS ASIGNATURAS QUE PRETENDA SOMETER A ANÁLISIS.

ADICIONAL A ESTO, PARA TODOS LOS TIPOS DE HOMOLOGACIÓN QUE SE REALICEN, EL INTERESADO DEBE INCLUIR TAMBIÉN LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS:

1. COPIA A COLOR DE CÉDULA DE IDENTIDAD.

2. COPIA A COLOR DEL CERTIFICADO DE VOTACIÓN (NO OBLIGATORIO PARA ALUMNOS MENORES DE EDAD O QUIENES NO CUMPLÍAN SU MAYORÍA DE EDAD EN LAS ÚLTIMAS VOTACIONES).

3. FOTOS (3) TAMAÑO PASAPORTE A COLORES (5CM. X 5CM. CON FONDO BLANCO).

4. COPIA DEL TÍTULO DE BACHILLER O ACTA DE GRADO REFRENDADA EN EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN (*).

5. COPIA A COLOR DE (1) PLANILLA DE SERVICIOS BÁSICOS.

(*) EN EL CASO DE QUE EL ESTUDIANTE NO ENTREGUE EL ACTA DE GRADO O TÍTULO, DEBERÁ PRESENTAR UN CERTIFICADO DEL COLEGIO QUE INDIQUE QUE EL DOCUMENTO SE ENCUENTRA EN TRÁMITE.

REQUISITOS PARA EL INGRESO ? CALIDAD UNIVERSITARIA (HOMOLOGACIÓN DEL CURSO DE ADMISIÓN).

1. SOLICITUD DEL ESTUDIANTE EN ESPECIE VALORADA.

2. COPIA A COLOR DE CÉDULA DE IDENTIDAD.

3. COPIA A COLOR DEL CERTIFICADO DE VOTACIÓN (NO OBLIGATORIO PARA ALUMNOS MENORES DE EDAD O QUIENES NO CUMPLÍAN SU MAYORÍA DE EDAD EN LAS ÚLTIMAS VOTACIONES).

4. FOTOS (3) TAMAÑO PASAPORTE A COLORES (5 CM. X 5 CM. CON FONDO BLANCO).

5. COPIA DEL TÍTULO DE BACHILLER O ACTA DE GRADO REFRENDADA EN EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN (*).

6. COPIA A COLOR DE UNA (1) PLANILLA DE SERVICIO BÁSICO.

7. DOCUMENTO ORIGINAL CERTIFICADO POR LA CARRERA DE DONDE PROVIENE, DE LAS MATERIAS APROBADAS POR EL ESTUDIANTE EN EL CURSO DE ADMISIÓN.

(*) EN EL CASO DE QUE EL ESTUDIANTE NO ENTREGUE EL ACTA DE GRADO O TÍTULO, DEBERÁ PRESENTAR UN CERTIFICADO DEL COLEGIO QUE INDIQUE QUE EL DOCUMENTO SE ENCUENTRA EN TRÁMITE

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES EN MERCADOTECNIA INNOVADORES Y SOCIALMENTE RESPONSABLES CAPACES DE ANALIZAR, PLANIFICAR, GESTIONAR Y EVALUAR ESTRATEGIAS QUE BRINDEN PROPUESTAS DE VALOR PARA EL MERCADO, SUS NECESIDADES Y SATISFACTORES; QUE ORIENTADAS EN UN ESQUEMA TEÓRICO-PRÁCTICO Y, SUSTENTADAS EN LOS NÚCLEOS BÁSICOS DE LAS DISCIPLINAS, PERMITAN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS PARA RESPONDER A LOS REQUERIMIENTOS DE LA SOCIEDAD DE MANERA ÉTICA, AUMENTANDO EL BIENESTAR DE LA POBLACIÓN A TRAVÉS DEL MEJORAMIENTO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN CONCORDANCIA CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR.

Perfil de ingreso:

EL ALUMNO QUE INGRESE AL PROCESO DE ADMISIÓN DE LA CARRERA DE MERCADOTECNIA, DEBE POSEER AL APROBAR EL MISMO LAS SIGUIENTES HABILIDADES QUE SE ENCUENTRAN ALINEADAS CON EL PERFIL DE EGRESO DEL BGU QUE SEÑALA EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN:

- PENSAR RIGUROSAMENTE.

- COMUNICARSE EFECTIVAMENTE.

- RAZONAR NUMÉRICAMENTE.

- UTILIZAR HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS.

- COMPRENDER SU REALIDAD NATURAL Y SOCIAL PARA ACTUAR RESPONSABLEMENTE.

Perfil de egreso:

¿QUÉ RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES POSIBILITARÁN EL DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES Y ACTITUDES DE LOS FUTUROS PROFESIONALES PARA CONSOLIDAR SUS VALORES REFERENTES A LA PERTINENCIA, LA BIO-CONCIENCIA, LA PARTICIPACIÓN RESPONSABLE, LA HONESTIDAD, Y OTROS?

EL PERFIL DE EGRESO ESTÁ ESTRUCTURADO EN TÉRMINOS DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE, DE MANERA CLARA Y PRECISA, Y EN CONGRUENCIA CON LOS OBJETIVOS DE LA CARRERA. LOS CONTENIDOS CURRICULARES BÁSICOS ESTÁN ENUNCIADOS EN LA LÓGICA DE PERFIL Y EN CADA UNA DE LAS ASIGNATURAS QUE CONFORMAN CADA UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR.

EL PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA ES:

1.- ANALIZA LOS PRINCIPIOS BÁSICOS Y FUNDAMENTOS DE LA MERCADOTECNIA.

2.- APLICA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, ANÁLISIS DE PROBLEMAS Y EVALUACIÓN DEL ENTORNO EMPRESARIAL PARA EL DISEÑO DE UNA
PROPUESTA DE VALOR PARA LOS CONSUMIDORES.

3.- EVALÚA LOS ELEMENTOS DEL MERCADO DENTRO DEL ENTORNO COMPETITIVO DE UNA ORGANIZACIÓN, Y SU INTERACCIÓN, CENTRADA EN LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR FINAL PARA LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS ALINEADAS A LA REALIDAD EMPRESARIAL.

4.- ANALIZA LOS FACTORES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, CON UN ENFOQUE INTERCULTURAL.

5.- ORGANIZA E INTEGRA EL CONOCIMIENTO RELATIVO A LA EFICIENCIA DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y A LA TOMA DE DECISIONES
BASADAS EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.

6.- MANEJA LAS TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS CUANTITATIVA Y DEL MARKETING ESTRATÉGICO PARA EL DISEÑO DE PLANES DE MERCADOTECNIA CON UNA ORIENTACIÓN SOCIAL.

7.- DISEÑA, DESARROLLA Y EVALÚA PLANES DE MERCADOTECNIA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE MARCAS FUERTES CON UN ÉNFASIS EN ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES DE MANERA CREATIVA E INNOVADORA.

8.- EJECUTA PROYECTOS INTEGRADORES ORIENTADOS A LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES Y A LA UTILIZACIÓN ÓPTIMA DE LAS HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES.

9.- LIDERA EQUIPOS DE TRABAJO PARA LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS Y EJECUCIÓN DE PLANES DE MERCADOTECNIA.

10.- DOMINA EL IDIOMA INGLÉS COMO SEGUNDA LENGUA Y LO APLICA EN SU EJERCICIO PROFESIONAL.

LOS RESULTADOS DEL APRENDIZAJE DEL PERFIL DE EGRESO QUE POSIBILITARÁN EL DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES Y ACTITUDES DE LOS FUTUROS PROFESIONALES PARA CONSOLIDAR SUS VALORES REFERENTES A LA PERTINENCIA, LA BIO-CONCIENCIA, LA PARTICIPACIÓN RESPONSABLE, LA HONESTIDAD Y OTROS REFERENTES AL SER SON:

- ANALIZA LOS FACTORES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, CON UN ENFOQUE INTERCULTURAL.

- EVALÚA LOS ELEMENTOS DEL MERCADO DENTRO DEL ENTORNO COMPETITIVO DE UNA ORGANIZACIÓN, Y SU INTERACCIÓN, CENTRADA EN LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR FINAL PARA LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS ALINEADAS A LA REALIDAD EMPRESARIAL.

- DISEÑA, DESARROLLA Y EVALÚA PLANES DE MERCADOTECNIA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE MARCAS FUERTES CON UN ÉNFASIS EN ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES DE MANERA CREATIVA E INNOVADORA.

¿QUÉ RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES RELACIONADOS CON EL DOMINIO DE TEORÍAS, SISTEMAS CONCEPTUALES, MÉTODOS Y LENGUAJES DE INTEGRACIÓN DEL CONOCIMIENTO, LA PROFESIÓN Y LA INVESTIGACIÓN DESARROLLARÁ EL FUTURO PROFESIONAL?

LOS RESULTADOS DEL APRENDIZAJE DEL PERFIL DE EGRESO RELACIONADOS CON EL DOMINIO DE TEORÍAS, SISTEMAS CONCEPTUALES, MÉTODOS Y LENGUAJES DE INTEGRACIÓN DEL CONOCIMIENTO, LA PROFESIÓN Y LA INVESTIGACIÓN QUE DESARROLLARÁ EL FUTURO PROFESIONAL SON:

- ANALIZA LOS PRINCIPIOS BÁSICOS Y FUNDAMENTOS DE LA MERCADOTECNIA.

- APLICA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, ANÁLISIS DE PROBLEMAS Y EVALUACIÓN DEL ENTORNO EMPRESARIAL PARA EL DISEÑO DE UNA
PROPUESTA DE VALOR PARA LOS CONSUMIDORES.

- ORGANIZA E INTEGRA EL CONOCIMIENTO RELATIVO A LA EFICIENCIA DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y A LA TOMA DE DECISIONES
BASADAS EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.

- MANEJA LAS TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS CUANTITATIVA Y DEL MARKETING ESTRATÉGICO PARA EL DISEÑO DE PLANES DE MERCADOTECNIA CON UNA ORIENTACIÓN SOCIAL.

¿QUÉ RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES RELATIVOS A LAS CAPACIDADES COGNITIVAS Y COMPETENCIAS GENÉRICAS SON NECESARIAS PARA EL FUTURO EJERCICIO PROFESIONAL?

LOS RESULTADOS DEL APRENDIZAJE DEL PERFIL DE EGRESO QUE SON RELATIVOS A LAS CAPACIDADES COGNITIVAS Y COMPETENCIAS GENÉRICAS NECESARIAS PARA EL FUTURO EJERCICIO PROFESIONAL SON:

- APLICA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, ANÁLISIS DE PROBLEMAS Y EVALUACIÓN DEL ENTORNO EMPRESARIAL PARA EL DISEÑO DE UNA
PROPUESTA DE VALOR PARA LOS CONSUMIDORES.

- LIDERA EQUIPOS DE TRABAJO PARA LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS Y EJECUCIÓN DE PLANES DE MERCADOTECNIA.

- DOMINA EL IDIOMA INGLÉS COMO SEGUNDA LENGUA Y LO APLICA EN SU EJERCICIO PROFESIONAL.

¿QUÉ RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES QUE SE RELACIONAN CON EL MANEJO DE MODELOS,

PROTOCOLOS, PROCESOS
Y PROCEDIMIENTOS PROFESIONALES E INVESTIGATIVOS SON NECESARIOS PARA EL DESEMPEÑO DEL FUTURO PROFESIONAL?

LOS RESULTADOS DEL APRENDIZAJE DEL PERFIL DE EGRESO QUE SE RELACIONAN CON EL MANEJO DE MODELOS, PROTOCOLOS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS PROFESIONALES E INVESTIGATIVOS NECESARIOS PARA EL DESEMPEÑO DEL FUTURO PROFESIONAL SON:

- ANALIZA LOS PRINCIPIOS BÁSICOS Y FUNDAMENTOS DE LA MERCADOTECNIA.

- APLICA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, ANÁLISIS DE PROBLEMAS Y EVALUACIÓN DEL ENTORNO EMPRESARIAL PARA EL DISEÑO DE UNA
PROPUESTA DE VALOR PARA LOS CONSUMIDORES.

- MANEJA LAS TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS CUANTITATIVA Y DEL MARKETING ESTRATÉGICO PARA EL DISEÑO DE PLANES DE MERCADOTECNIA CON UNA ORIENTACIÓN SOCIAL.

- DISEÑA, DESARROLLA Y EVALÚA PLANES DE MERCADOTECNIA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE MARCAS FUERTES CON UN ÉNFASIS EN ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES DE MANERA CREATIVA E INNOVADORA.

Objeto de estudio:

¿CUÁL ES EL OBJETO DE ESTUDIO DE LA PROFESIÓN?

EL OBJETO DE ESTUDIO CONCRETO DE LA CARRERA DE MERCADOTECNIA SE ENUNCIA COMO: EL MERCADO, SUS NECESIDADES Y SATISFACTORES.

PARA CUMPLIR CON ESTE OBJETO DE ESTUDIO LA CARRERA CONTEMPLA TEMÁTICAS EN RELACIÓN A LA INTERACCIÓN QUE SE DA ENTRE LOS ELEMENTOS QUE FORMAN EL MERCADO QUE LE PERMITA AL ESTUDIANTE IDENTIFICAR, ANALIZAR Y RESOLVER LAS PROBLEMÁTICAS DEL ENTORNO DE LA ORGANIZACIÓN DESARROLLANDO LOS PLANES DE MERCADOTECNIA CON UNA PROPUESTA INTEGRAL DE VALOR ORIENTADA HACIA LA SATISFACCIÓN Y
FIDELIZACIÓN DEL CONSUMIDOR APOYÁNDOSE EN HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS QUE CONLLEVE A LA CONSTRUCCIÓN DE
MARCAS FUERTES, ADEMÁS LA FORMACIÓN EN BASE A PRINCIPIOS Y VALORES DEL HUMANISMO INTEGRAL PARA QUE LOS PROFESIONALES EN MERCADOTECNIA ESTÉN COMPROMETIDOS CON LAS TRANSFORMACIONES DE LOS ENTORNOS SOCIALES Y NATURALES EN LOS QUE SE DESENVUELVAN, CON RESPETO A LA INTERCULTURALIDAD, A LA DIVERSIDAD Y A LA IGUALDAD DE GÉNEROS.

LA GESTIÓN CURRICULAR ORIENTADA EN UN ESQUEMA
TEÓRICO-PRÁCTICO; Y SUSTENTADA EN LOS NÚCLEOS BÁSICOS DE LAS DISCIPLINAS: MARKETING, COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR,
PUBLICIDAD, GESTIÓN FINANCIERA Y ESTUDIO DE MERCADO PERMITIRÁ LA GENERACIÓN DE SOLUCIONES INTEGRALES DE LOS PROBLEMAS DEL
CAMPO DE ACTUACIÓN EN LOS QUE SE DESENVOLVERÁ EL PROFESIONAL.

ESTE OBJETO DE ESTUDIO DERIVADO A CADA UNA DE LAS UNIDADES DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR PERMITE ESTRUCTURAR LOS RESULTADOS DEL APRENDIZAJE EN EL PERFIL DE EGRESO. ESTOS RESULTADOS DEL APRENDIZAJE, ENUNCIADOS EN EL PERFIL DE EGRESO, CONSTITUYEN LA DECLARACIÓN CONCRETA DE LO QUE EL ESTUDIANTE ES CAPAZ AL CONCLUIR SU PLAN DE ESTUDIOS.

EL OBJETO DE ESTUDIO SE DERIVA EN TRES NÚCLEOS ESTRUCTURANTES, QUE CORRESPONDEN A CADA UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR:

- UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR BÁSICA: ELEMENTOS DEL MERCADO Y SU INTERACCIÓN.

- UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR PROFESIONAL: DISEÑO, DESARROLLO Y EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA.

- UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR DE TITULACIÓN: SOLUCIONES INTEGRALES DE MERCADOTECNIA.

A SU VEZ, DE LOS NÚCLEOS ESTRUCTURANTES SE DERIVAN LOS NÚCLEOS PROBLÉMICOS QUE PARA CADA CICLO SON LAS SIGUIENTES INTERROGANTES:

- PRIMER CICLO: ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPIOS BÁSICOS Y FUNDAMENTOS DE LA MERCADOTECNIA?

- SEGUNDO CICLO: ¿CÓMO ASOCIA LOS PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA MERCADOTECNIA CON LA CREACIÓN DE PLANES QUE SUSTENTEN LA GENERACIÓN DE UNA PROPUESTA DE VALOR PARA LOS CONSUMIDORES?

- TERCER CICLO: ¿CÓMO INTERPRETAR LOS ELEMENTOS DE LA MERCADOTECNIA APLICADOS A LOS NEGOCIOS DE VENTA AL DETALLE?

- CUARTO CICLO: ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPIOS Y TEORÍAS QUE SE APLICAN EN EL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMIDOR?

- QUINTO CICLO: ¿CÓMO EVALUAR LAS DECISIONES RELACIONADAS A LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN?

- SEXTO CICLO: ¿CÓMO DISEÑAR PLANES DE MERCADOTECNIA VINCULADOS A LAS PRÁCTICAS COMUNITARIAS?

- SÉPTIMO CICLO: ¿CUÁLES SON LAS ESTRATEGIAS PARA LA GESTIÓN DE MARCAS DE UNA ORGANIZACIÓN?

- OCTAVO CICLO: ¿CÓMO TOMAR DECISIONES INTEGRALES Y ESTRATÉGICAS DE MERCADOTECNIA?

- NOVENO CICLO: ¿CÓMO RESUELVE LAS PROBLEMÁTICAS DEL ENTORNO A TRAVÉS DE LOS PROYECTOS INTEGRADORES O DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOTECNIA?

Modalidad titulación:

- EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA.

- PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN.

- PROYECTOS INTEGRADORES.