

Formato de entrega de contenido para comunicación de Nuevos Productos / Transferencias

Información del productos	
Nombre del producto:	LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA
Línea de Negocio a la que corresponde:	Programas en línea
Catalogo Banner	Nivel: Licenciatura Calendario: Cuatrimestral Delivery: No escolarizada Vertical: Negocios
Duración del Programa:	12 ciclos
Modalidad:	ONLINE
Campus UVM y ciclo en que se abrirá el programa	C1 2024 Campus UVM en línea
¿A qué necesidades de mercado obedece el lanzamiento de este programa? ¿Hacen falta en México profesionistas o especialistas en este ramo? <i>Integrar cifra, estudio o datos duro que avale la información que se menciona</i>	<ul style="list-style-type: none"> La Mercadotecnia es una de las disciplinas con mayor campo de acción en el mundo profesional¹. Su principal propósito es impulsar las ventas de diferentes productos o servicios, mediante el diseño e implementación de diversas estrategias, basadas primordialmente en el entendimiento de las necesidades y el comportamiento del público consumidor. Para lograr su objetivo, la mercadotecnia realiza numerosas investigaciones de mercado, motivo por el cual resulta indispensable mantener actualizada la propuesta curricular de la profesión, considerando las más recientes tendencias relativas a la mercadotecnia digital y el social media, mismas que han tomado mayor relevancia en los últimos años, gracias a la penetración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en todos los ámbitos de la vida cotidiana y su incidencia en la manera de vender y comprar productos o servicios. De esta manera se busca asegurar que el mercadólogo profesional sea capaz de “fomentar el intercambio voluntario entre dos o más partes que tienen algo que interesa a unos y a otros entre sí. El resultado de dicho intercambio, el cual es la clave en el proceso de la mercadotecnia, es lograr más ventas a través de satisfacer a los clientes y conseguir su lealtad mediante la identificación de sus necesidades y deseos, conjuntándolos con productos y servicios de calidad”². De acuerdo con un estudio Tendencias de empleabilidad 2018, realizado por OCC Mundial y la Universidad Tecnológica Latinoamericana en Línea (UTEL), la carrera de Mercadotecnia se ubica entre las 5 profesiones más solicitadas por las empresas mexicanas³. Incluso, aunque pudiera parecer obvio, dentro del mismo campo del marketing, la carrera de mercadotecnia es la que encabeza la lista de los profesionales que son contratados por esta creciente industria⁴.

¹ Merca 2.0. (s/i). Qué es mercadotecnia y por qué es importante [Sitio web]. Recuperado de <https://www.merca20.com/que-es-mercadotecnia-definicion/>

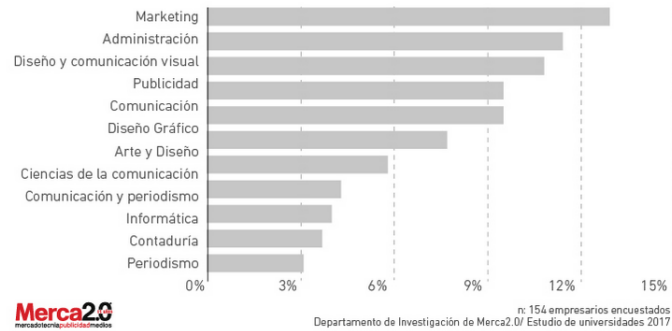
² Barroso, F. (2008) ¿Cuál es el objetivo principal de la mercadotecnia? *Revista de Ciencias Sociales* 14 (2). Recuperado de http://www.scielo.org/ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182008000200015

³ OCCMundial. (2018). OCCMundial y UTEL: alianza por la educación y el empleo [Sitio web]. Recuperado de <https://www.occ.com.mx/blog/occmundial-y-utel-alianza-por-la-educacion-y-el-empleo/>

⁴ Merca 2.0. (s/i). ¿Cuáles son los profesionales que más está requiriendo la industria del marketing? [Sitio web]. Recuperado de <https://www.merca20.com/cuales-son-los-profesionales-que-mas-esta-requiriendo-la-industria-del-marketing/>

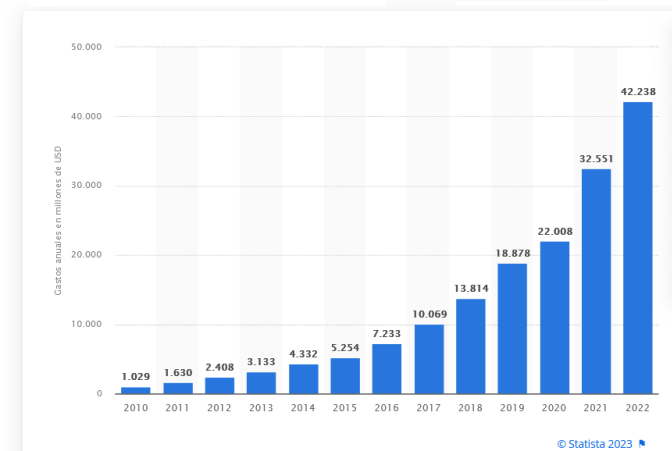
LA ALTA DEMANDA DE CARRERAS REQUERIDAS POR EL MARKETING

De acuerdo con una encuesta, 12 carreras tienen una alta demanda en la industria y es encabezada por la mercadotecnia, le siguen administración y diseño y comunicación visual.



- Rivas, M. y Huerta, A. (2017) aseguran que el “desconocimiento de las herramientas de mercadotecnia frena la competitividad de las empresas, al quedar en desventaja sobre otras que las utilizan adecuadamente” y advierten que existen empresas que ofrecen servicios de mercadotecnia, aún a pesar de no contar con la experiencia necesaria ni con profesionales bien entrenados, que reconozcan la complejidad de planear e implementar estudio mercadológicos, lo cual produce malos resultados con los clientes y a la larga una mala reputación para la disciplina⁵.
- Las empresas más exitosas a nivel mundial han incrementado sustancialmente su presupuesto destinado a marketing como en el caso de Amazon⁶.

Evolución de los gastos anuales en marketing de Amazon a nivel mundial de 2010 a 2022 (en millones de dólares)

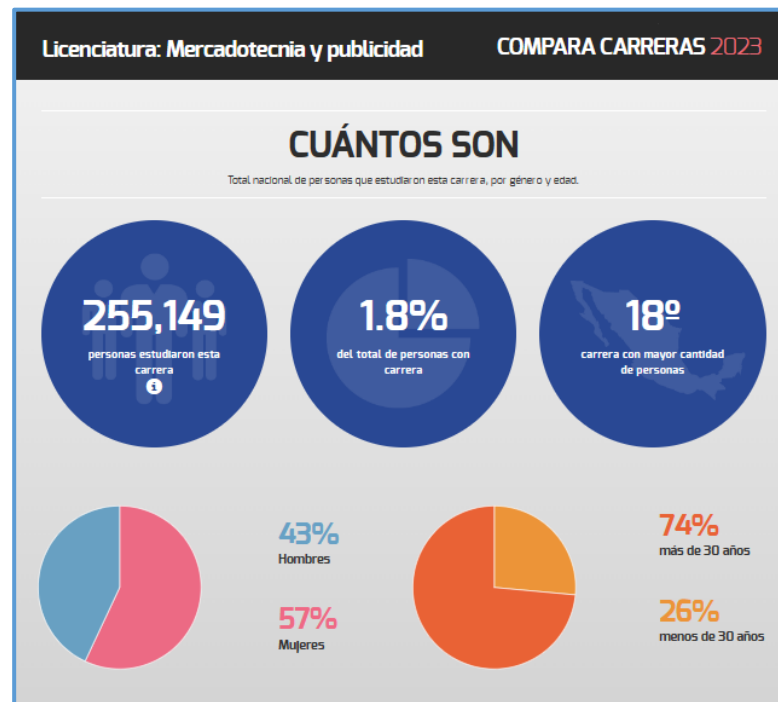


⁵ Rivas, M., Huerta, A. y Cázares, S. (2017). Detección de necesidades de mercadotecnia en las empresas colimenses. *Poliantea* 12 (23), Recuperado de <https://journal.poligran.edu.co/index.php/poliantea/article/view/988/807>

⁶ Statista. (2023). Evolución de los gastos anuales en marketing de Amazon a nivel mundial de 2010 a 2022 [Sitio web]. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/827548/gastos-globales-en-marketing-de-la-empresa-amazon/>

¿Crecerá en el futuro el campo de acción y niveles de empleabilidad del programa?
Integrar cifra, estudio o datos duro que avale la información que se menciona

- De acuerdo con el Observatorio Laboral de la Secretaría del Trabajo una de las principales tendencias actuales del mercado laboral es el marketing, pues la “rápida evolución de las nuevas tecnologías ha repercutido en todas las áreas del conocimiento, más aún en el marketing digital, que está transformando las estructuras organizativas. Aunado a ello, la industria del marketing ha crecido notablemente, expandiendo su campo laboral”⁷.
- El Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO)⁸ indica que mercadotecnia ocupa el lugar 18 de las carreras con mayor cantidad de profesionales, lo cual constituye el 1.8% del total. No obstante, este porcentaje se encuentra por debajo del registrado por otras licenciaturas afines, por ejemplo, del 2.5% que registra la licenciatura en Negocios y comercio⁹ o del 2.6% de la licenciatura en Negocios y administración¹⁰ y significativamente inferior del 8.5% que registra la carrera de Administración de empresas¹¹. Estas cifras revelan un déficit de profesionales en mercadotecnia, razón por la que se considera necesario lanzar una oferta educativa que contribuya a subsanar la escasez de este perfil profesional.



- De acuerdo con los Anuarios Estadísticos de Educación Superior de la ANUIES¹², el número de estudiantes que cursaron la Licenciatura en Mercadotecnia se ha incrementado moderadamente en los tres últimos años:

⁷ Observatorio Laboral (2023). Tendencias actuales del mercado laboral [Sitio web]. Recuperado de https://www.observatoriolaboral.gob.mx/static/estudios-publicaciones/Tendencias_actuales.html

⁸ Instituto Mexicano para la Competitividad – IMCO. (2023). Compara carrera. Licenciatura: Mercadotecnia y publicidad [Sitio web]. Recuperado de <https://imco.org.mx/comparacarreras/carrera/412>

⁹ Instituto Mexicano para la Competitividad – IMCO. (2023). Compara carrera. Licenciatura Negocios y comercio [Sitio web]. Recuperado de <https://imco.org.mx/comparacarreras/carrera/411>

¹⁰ Instituto Mexicano para la Competitividad – IMCO. (2023). Compara carrera. Licenciatura: Negocios y administración [Sitio web]. Recuperado de <https://imco.org.mx/comparacarreras/carrera/330>

¹¹ Instituto Mexicano para la Competitividad – IMCO. (2023). Compara carrera. Licenciatura: Administración de empresas [Sitio web]. Recuperado de <https://imco.org.mx/comparacarreras/carrera/421>

¹² ANUIES. (2023). Anuarios Estadísticos de Educación Superior [Sitio web]. Recuperado de <http://www.anui.es.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>

Número de estudiantes de Mercadotecnia y Publicidad			
Ciclo	Matrícula	Egresados	Titulados
2021-2022	117,435	21,407	s/i
2020-2021	113,708	20,162	11,422
2019-2020	106,633	19,683	13,553

- Conforme a información proporcionada por el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), la tasa de ocupación de estos profesionistas es mayor al 95% y el principal sector en el que trabajan este tipo de profesionistas corresponde a Servicios Diversos y Comercio¹³.



- Tal como lo indica el Observatorio Laboral, su salario mensual promedio a nivel nacional es de aproximadamente \$15, 808.00 para los expertos en mercadotecnia¹⁴.

¹³ Instituto Mexicano para la Competitividad – IMCO. (2023). Compara carrera [Sitio web]. Recuperado de <https://imco.org.mx/comparacarreras/carrera/412>

¹⁴ Observatorio Laboral (2023). Estadísticas de carreras profesionales por área. Económico Administrativas [Sitio web]. Recuperado de <https://www.observatoriolaboral.gob.mx/static/estudios-publicaciones/Administrativo.html>

Económico Administrativas

Carrera	Profesionistas ocupados	Hombres (%)	Mujeres (%)	Ingreso mensual promedio (\$)
Administración y gestión de empresas	1,229,015	49.6	50.4	\$13,385
Comercio	277,246	49.1	50.9	\$15,978
Contabilidad y fiscalización	818,066	50.2	49.8	\$13,749
Economía	94,793	57.6	42.4	\$16,069
Finanzas, banca y seguros	84,274	55.3	44.7	\$22,550
Mercadotecnia y publicidad	190,736	47.5	52.5	\$15,808
Negocios y administración, programas multidisciplinares o generales	261,655	56	44	\$14,565

¿Cuál es el modelo educativo y la orientación de este programa en UVM?
¿Cómo estructuraron el programa de estudios?

- Programa optimizado de 53 asignaturas, 48 curriculares y 5 no curriculares de idioma
- Enfoque por competencias profesionales
- Duración de 4 años con opción intensiva en 3 años
- Modalidad 100% en línea: se privilegia el aprendizaje autogestivo con el acompañamiento de un tutor en forma permanente en cada asignatura
- Plan de estudios con 6 áreas curriculares: Profesional, Básica, Disciplinar, STEM, idiomas y certificaciones laborales
- Sistema Modular con duración de 7 semanas por módulo
- Alineado al Examen General de Egreso de las Licenciaturas en México denominado EGEL del Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior CENEVAL, como indicador de calidad educativa. En 2018, fueron reconocidos 189 Programas de UVM por el Padrón de Alto Rendimiento Académico del CENEVAL y en el periodo bianual de junio 2017 a junio 2019 fueron 205 Programas reconocidos por el Padrón de Alto Rendimiento
- Contenidos alineados al EXIL-Negocios es un examen criterial que permite comparar el desempeño alcanzado por el sustentante en cada uno de los ámbitos considerados en la prueba con un estándar nacional, así como identificar sus fortalezas y áreas de oportunidad en la fase intermedia de su carrera
- Implementación de simuladores con aprendizajes adaptativos para el estudiante en el área de negocios
- El plan de estudios posee un currículo flexible que tiene una baja seriación formal en asignaturas
- Titulación sin tesis
- Incluye asignaturas que propician el dominio de herramientas digitales, producción de contenidos, trabajo en redes socio-digitales y atención a la organización y entorno social
- Enfoque a la utilización de recursos de comunicación digitales en la esfera local, nacional o global

¿Por qué elegir UVM y no otra universidad para estudiar el programa? (énfasis en determinadas áreas, certificaciones, dobles títulos, contenidos internacionales, etc.)

- 9 Asignaturas del Área Profesional, 3 que fortalecen sus competencias transversales en Estrategias de aprendizajes y habilidades digitales, Cultura internacional del trabajo y Bases metodológicas de la investigación, así como 6 asignaturas en un entorno 100% en línea diseñadas en colaboración con un equipo de expertos multidisciplinares, promotores de estrategias de aprendizaje basado en proyectos que integran innovadoras metodologías de trabajo (design thinking, CANVAS, lean, internet de las cosas, etc.) con el fin de promover en el estudiante un carácter proactivo y perfilarlo como un agente de cambio disruptivo que transforma los problemas en oportunidades. Las experiencias de aprendizaje situado impulsan un ambiente colaborativo y de autoconocimiento, rompiendo los límites del status quo para crear nuevos caminos hacia un futuro mejor en el entorno laboral, personal y social. En este nuevo escenario el estudiante resuelve de manera innovadora e impacta de manera positiva, más allá de la sociedad en que vive, convirtiéndose en líder, lo que le genera ventajas competitivas en el mundo laboral.
- 3 seminarios con certificaciones de proveedores internacionales como Coursera:
 - a) Seminario de actualización en negocios
 - b) Seminario de actualización en innovación

Y diferenciadores/ Fortalezas del producto	<p>c) Seminario de actualización en emprendimiento social</p> <ul style="list-style-type: none"> Asignatura de Bases de Investigación para sentar los fundamentos metodológicos que permitan al estudiante aplicarlas a su campo de estudio, así como Cultura Internacional del trabajo para robustecer las competencias de inteligencia cultural, empatía y colaboración multicultural. 5 asignaturas del área de Idiomas, alineadas de manera consecutiva para fortalecer las 4 competencias obligatorias en el aprendizaje de un idioma: leer, escribir, escuchar y hablar. En los primeros ciclos del programa, se cursan asignaturas STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics)¹⁵ Acceso a contenidos y herramientas de vanguardia en el sector de Tecnologías de información aplicadas a la educación. Se utiliza el Learning Management System (LMS) denominado Blackboard Learn, aplicación accesible a todo usuario que facilita experiencias de enseñanza, aprendizaje, creación de comunidades y uso compartido de conocimientos en línea. 																																	
Antecedentes académicos de ingreso	Bachillerato o equivalente																																	
Productos UVM Relacionados por similitudes con el perfil de ingreso o interés del prospectos	<ul style="list-style-type: none"> Licenciatura en Actuaría Licenciatura en Administración Licenciatura en Administración de Empresas del Entretenimiento Licenciatura en Administración de Negocios Internacionales Licenciatura en Administración de Recursos Humanos Licenciatura en Contaduría Pública y Finanzas Licenciatura en Comercio y Logística Internacionales Licenciatura en Economía y Finanzas Licenciatura en Estrategia y Gestión de Ventas Licenciatura en Finanzas y Banca Licenciatura en Mercadotecnia y Publicidad en Entornos Digitales 																																	
¿Con qué universidades compite UVM en este programa?	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="344 915 600 987">Nombre de la Universidad/Institución</th> <th data-bbox="606 915 951 987">TECH Universidad Tecnológica</th> <th data-bbox="957 915 1302 987">Universidad Insurgentes (UIN)</th> <th data-bbox="1308 915 1652 987">Universidad UK</th> <th data-bbox="1659 915 2003 987">Escuela Bancaria Comercial (EBC)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="344 992 600 1063">Nombre del programa</td> <td data-bbox="606 992 951 1063">Licenciatura en Mercadotecnia y Comercio Internacional</td> <td data-bbox="957 992 1302 1063">Licenciatura en Mercadotecnia</td> <td data-bbox="1308 992 1652 1063">Licenciatura en Marketing Digital</td> <td data-bbox="1659 992 2003 1063">Licenciatura en Mercadotecnia</td> </tr> <tr> <td data-bbox="344 1068 600 1112">Duración y modalidad</td> <td data-bbox="606 1068 951 1112">En línea 3 años y 4 meses</td> <td data-bbox="957 1068 1302 1112">En línea 9 cuatrimestres</td> <td data-bbox="1308 1068 1652 1112">En línea 6 semestres</td> <td data-bbox="1659 1068 2003 1112">Presencial 4 años</td> </tr> <tr> <td data-bbox="344 1117 600 1268">Diferenciadores</td> <td data-bbox="606 1117 951 1268">Titulación directa sin tesis, tesina, examen final o diplomado. 48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCRL A1,A2, B1, B2, C1 y C2.</td> <td data-bbox="957 1117 1302 1268">Obtención de 3 diplomados al concluir los estudios.</td> <td data-bbox="1308 1117 1652 1268">Titulación automática al terminar de cursar las asignaturas. Título con validez internacional. Apoyo para vinculación laboral.</td> <td data-bbox="1659 1117 2003 1268">+12,000 alianzas con empresas para facilitar la inserción en el ámbito laboral: asesoría personalizada, ferias de empleo, conferencias con líderes y portal de empleo.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="344 1273 600 1398">Página web</td> <td data-bbox="606 1273 951 1398">https://www.techtute.com/mx/escuela-de-negocios/licenciatura/licenciatura-mercadotecnia-comercio-internacional</td> <td data-bbox="957 1273 1302 1398">https://www.universidadinsurgentes.edu.mx/licenciatura-en-mercadotecnia-en-linea-uin</td> <td data-bbox="1308 1273 1652 1398">https://universidaduk.com/marketing_digital</td> <td data-bbox="1659 1273 2003 1398">https://www.ebc.mx/licenciaturas/mercadotecnia</td> </tr> <tr> <td data-bbox="344 1403 600 1442">Ubicación</td> <td data-bbox="606 1403 951 1442">Revisar página Web</td> <td data-bbox="957 1403 1302 1442">Revisar página Web</td> <td data-bbox="1308 1403 1652 1442">Revisar página Web</td> <td data-bbox="1659 1403 2003 1442">Revisar página Web</td> </tr> </tbody> </table>				Nombre de la Universidad/Institución	TECH Universidad Tecnológica	Universidad Insurgentes (UIN)	Universidad UK	Escuela Bancaria Comercial (EBC)	Nombre del programa	Licenciatura en Mercadotecnia y Comercio Internacional	Licenciatura en Mercadotecnia	Licenciatura en Marketing Digital	Licenciatura en Mercadotecnia	Duración y modalidad	En línea 3 años y 4 meses	En línea 9 cuatrimestres	En línea 6 semestres	Presencial 4 años	Diferenciadores	Titulación directa sin tesis, tesina, examen final o diplomado. 48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCRL A1,A2, B1, B2, C1 y C2.	Obtención de 3 diplomados al concluir los estudios.	Titulación automática al terminar de cursar las asignaturas. Título con validez internacional. Apoyo para vinculación laboral.	+12,000 alianzas con empresas para facilitar la inserción en el ámbito laboral: asesoría personalizada, ferias de empleo, conferencias con líderes y portal de empleo.	Página web	https://www.techtute.com/mx/escuela-de-negocios/licenciatura/licenciatura-mercadotecnia-comercio-internacional	https://www.universidadinsurgentes.edu.mx/licenciatura-en-mercadotecnia-en-linea-uin	https://universidaduk.com/marketing_digital	https://www.ebc.mx/licenciaturas/mercadotecnia	Ubicación	Revisar página Web	Revisar página Web	Revisar página Web	Revisar página Web
Nombre de la Universidad/Institución	TECH Universidad Tecnológica	Universidad Insurgentes (UIN)	Universidad UK	Escuela Bancaria Comercial (EBC)																														
Nombre del programa	Licenciatura en Mercadotecnia y Comercio Internacional	Licenciatura en Mercadotecnia	Licenciatura en Marketing Digital	Licenciatura en Mercadotecnia																														
Duración y modalidad	En línea 3 años y 4 meses	En línea 9 cuatrimestres	En línea 6 semestres	Presencial 4 años																														
Diferenciadores	Titulación directa sin tesis, tesina, examen final o diplomado. 48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCRL A1,A2, B1, B2, C1 y C2.	Obtención de 3 diplomados al concluir los estudios.	Titulación automática al terminar de cursar las asignaturas. Título con validez internacional. Apoyo para vinculación laboral.	+12,000 alianzas con empresas para facilitar la inserción en el ámbito laboral: asesoría personalizada, ferias de empleo, conferencias con líderes y portal de empleo.																														
Página web	https://www.techtute.com/mx/escuela-de-negocios/licenciatura/licenciatura-mercadotecnia-comercio-internacional	https://www.universidadinsurgentes.edu.mx/licenciatura-en-mercadotecnia-en-linea-uin	https://universidaduk.com/marketing_digital	https://www.ebc.mx/licenciaturas/mercadotecnia																														
Ubicación	Revisar página Web	Revisar página Web	Revisar página Web	Revisar página Web																														

¹⁵ STEM. Son asignaturas en Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas cuyo fin es el desarrollo de pensamiento lógico matemático con el apoyo de herramientas tecnológicas especializadas.

Mapa curricular:	Ver anexo: Malla Curricular del programa
Perfil de egreso:	<p>El egresado en la Licenciatura en Mercadotecnia será competente para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interpretar la información financiera para desarrollar criterios dirigidos a maximizar la rentabilidad, optimizar los recursos y las fuentes de financiamiento de la empresa. • Aplicar los principios fundamentales de la mezcla de la mercadotecnia para lograr el posicionamiento del producto o servicio en la mente del consumidor con base en el estudio de su comportamiento. • Desarrollar investigaciones de mercados para identificar las necesidades, expectativas y niveles de satisfacción del consumidor, con respecto a un producto o servicio, a partir de las bases metodológicas de la investigación cuantitativa y cualitativa de mercados, así como de los fundamentos de la ciencia de datos. • Diseñar estrategias de distribución para llevar el producto de la empresa al consumidor con el fin de coadyuvar al logro de los objetivos estratégicos de la empresa e incrementar las ventas al introducir los productos o servicios en los canales de distribución con apego a la política de precios, las condiciones de venta, los derechos territoriales de los distribuidores, así como las responsabilidades y servicios de las partes. • Diseñar estrategias de mercadotecnia, considerando las necesidades y la demanda del mercado, para definir los procesos que llevarán a la empresa a conseguir sus objetivos, incrementar las ventas y desarrollar una gestión estratégica del producto o servicio, que generarán utilidades a la empresa. • Desarrollar productos innovadores que responden a las necesidades del mercado, a fin de satisfacer al consumidor e impulsar las ventas de la empresa, con base en las metodologías de innovación, la investigación de mercados y la mezcla de mercadotecnia, implicadas en la planeación estratégica de producto. • Desarrollar planes de mercadotecnia para dar seguimiento a la implementación de las estrategias establecidas a fin de lograr los objetivos de la empresa, con los recursos prospectados, en los tiempos señalados, y con base en los estándares de desempeño establecidos para evaluar el progreso de cada estrategia. • Emplear el marco legal nacional e internacional aplicable a la mercadotecnia para actuar con apego a la normativa establecida. • Desarrollar habilidades de comunicación comercial para entablar un diálogo con el cliente que le permita identificar sus necesidades, y así satisfacerlas mediante la argumentación de venta con un gran sentido de responsabilidad y formación suficiente para comunicar los intangibles que conlleva un servicio o producto. • Implementar soluciones sostenibles en las organizaciones, con base en modelos de innovación y de negocios, así como tecnologías potenciales a través de trabajo en equipos interdisciplinarios, liderazgo, ética y responsabilidad social; a fin de satisfacer una problemática de tipo social o empresarial, bajo las competencias requeridas por los organismos internacionales para los profesionales del siglo XXI. • Establecer el proceso y las etapas del método científico en un protocolo de investigación para la resolución de un problema de investigación en función de las necesidades del contexto social y la realidad actual de forma colaborativa. • Integrar las competencias interculturales necesarias al desempeñarse en un entorno global, para el reconocimiento y mejora de sus áreas de oportunidad en los ámbitos personal y profesional de forma ética y responsable.
Descripción del tipo de imagen que debe representar al producto, para uso en materiales de venta	<ul style="list-style-type: none"> • Cómo se visualiza el prospecto ejerciendo la carrera en cualquier empresa o negocio. Trabajando de forma individual o en equipo, capacitando a un equipo de trabajo, elaborando un proyecto de marketing.
Datos de contacto del Vocero Institucional para	Dr. Armando Cortés Ordóñez Director académico Rectoría en línea

lanzamiento del programa: Vicerrector Académico de la Vertical o líder de opinión de la industrial a la que pertenece el programa:	Tel: 55 9138-5000 ext. 34474 Cel: 55 4640 1247 MC: 8135 armando.corteso@uvmnet.edu
Información del Prospectos:	
¿A qué clase de prospecto va dirigido este programa? <ul style="list-style-type: none"> • Perfil psicográfico /intereses • Para Licenciaturas Ejecutivas o Posgrado: Agregar ¿Dónde suele estar trabajando actualmente el prospecto? • Para LX: ¿Por qué necesita obtener un título universitario? • Para: PC Porqué necesita acceder a un nivel superior de especialización ? 	<p>Información demográfica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas entre 25 y 45 años. • Suspendieron su educación por alguna barrera personal, económica o educativa. • Los prospectos de la educación en línea, generalmente tienen un trabajo de tiempo completo y quieren superarse para tener acceso a mejores oportunidades dentro de la empresa donde trabajan, lo cual se traduzca a un mejor ingreso. <p>De acuerdo a la Información del Reglamento General de Estudiantes de Tipo Superior y Anexos vigentes a partir de enero de 2019, la edad de ingreso al programa preferentemente es de 21 años de acuerdo al art 8 en su fracción XI</p>

Requisitos de ingreso al programa:	<p>El interesado en cursar la Licenciatura en Mercadotecnia deberá contar con los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes:</p> <p>Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none">• Básicos de diseño• Básicos sobre los procesos administrativos de una empresa• Básicos sobre redes sociales, blogs y herramientas de contenidos multimedia <p>Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Aprendizaje autogestivo• Capacidad de comunicación efectiva en forma oral, escrita y gráfica• Empatía• Escucha activa• Trabajo en equipo• Liderazgo• Negociación• Persuasión• Capacidad de síntesis• Pensamiento estratégico• Adaptabilidad• Innovación y creatividad <p>Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none">• Entusiasta ante el aprendizaje• Comprometido con su proceso formativo• Disponibilidad para el trabajo en equipos multidisciplinarios• Socialmente responsable• Actitud de servicio• Visión empresarial• Actitud ética, enfocada al bien común• Disponibilidad para formarse utilizando medios digitales
---	--

Anexo 1: Malla Curricular del programa

Duración: 4 años

1° Ciclo	2° Ciclo	3° Ciclo	4° Ciclo	5° Ciclo	6° Ciclo	7° Ciclo	8° Ciclo	9° Ciclo	10° Ciclo	11° Ciclo	12° Ciclo
ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE Y HABILIDADES DIGITALES	EMPATÍA PARA RESOLVER	SOLUCIONAR PARA CAMBIAR	TRANSFORMAR PARA IMPACTAR	DISEÑAR PARA COMPARTIR	INTEGRAR PARA MASIFICAR	RESOLVER PARA ESCALAR	MERCADOTECNIA DIGITAL	TÉCNICAS DE VENTAS	ESTRATEGIAS DE PRECIO	DIRECCIÓN Y PLAN DE MERCADOTECNIA	TALLER DE FORTALECIMIENTO AL EGRESO II
ADMINISTRACIÓN CONTEMPORÁNEA	MATEMÁTICAS APLICADAS	PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA	DERECHO MERCANTIL	CULTURA INTERNACIONAL DEL TRABAJO	BASES METODOLÓGICAS DE LA INVESTIGACIÓN	PUBLICIDAD	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA DE MERCADOS	INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	PLAN DE MEDIOS	TALLER DE TENDENCIAS DISCIPLINARIAS
CONTABILIDAD FINANCIERA	CONTABILIDAD DE COSTOS	CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA	MACROECONOMÍA	MATEMÁTICAS FINANCIERAS	RÉGIMEN LEGAL DE LA MERCADOTECNIA	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE MERCADOS	DESARROLLO DE MARCAS Y MERCADEO	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	TALLER DE FORTALECIMIENTO AL EGRESO I	MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA
MERCADOTECNIA	TECNOLOGÍAS PARA LA GESTIÓN	MICROECONOMÍA	SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN EN NEGOCIOS (Certificación)	SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN EN INNOVACIÓN (Certificación)	SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN EN EMPRENDIMIENTO SOCIAL (Certificación)	MERCADOTECNIA COMERCIAL	ENFOQUES DE LA MERCADOTECNIA	FUNDAMENTOS DE LA CIENCIA DE DATOS	NARRATIVA CON DATOS	LANZAMIENTO DE PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO	VENTAS CONSULTIVAS

1er ciclo	2er ciclo	3er ciclo	4to ciclo	5to ciclo	6to ciclo	7mo ciclo	8vo ciclo	9no ciclo
INGLÉS GENERAL I	INGLÉS GENERAL II	INGLÉS GENERAL III	INGLÉS GENERAL IV	INGLÉS GENERAL V				

Ejes curriculares:

	AP: ÁREA PROFESIONAL
	AB: ÁREA DE BÁSICA
	AD: ÁREA DISCIPLINAR
	AI: ÁREA IDIOMAS
	ASIGNATURAS STEM
	ASIGNATURAS CON CERTIFICACIÓN LABORAL

Horas con docente	952
Horas independientes	5096
Horas totales	6048
Créditos	377.76

Duración: 3 años

1° Ciclo	2° Ciclo	3° Ciclo	4° Ciclo	5° Ciclo	6° Ciclo	7° Ciclo	8° Ciclo	9° Ciclo
ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE Y HABILIDADES DIGITALES	EMPATÍA PARA RESOLVER	SOLUCIONAR PARA CAMBIAR	TRANSFORMAR PARA IMPACTAR	DISEÑAR PARA COMPARTIR	INTEGRAR PARA MASIFICAR	RESOLVER PARA ESCALAR	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	TALLER DE FORTALECIMIENTO AL EGRESO II
ADMINISTRACIÓN CONTEMPORÁNEA	MATEMÁTICAS APLICADAS	MICROECONOMÍA	CULTURA INTERNACIONAL DEL TRABAJO	BASES METODOLÓGICAS DE LA INVESTIGACIÓN	MERCADOTECNIA COMERCIAL	ENFOQUES DE LA MERCADOTECNIA	ESTRATEGIAS DE PRECIO	TALLER DE TENDENCIAS DISCIPLINARIAS
CONTABILIDAD FINANCIERA	CONTABILIDAD DE COSTOS	DERECHO MERCANTIL	MACROECONOMÍA	PUBLICIDAD	MERCADOTECNIA DIGITAL	TÉCNICAS DE VENTAS	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	DIRECCIÓN Y PLAN DE MERCADOTECNIA
MERCADOTECNIA	PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA	MATEMÁTICAS FINANCIERAS	RÉGIMEN LEGAL DE LA MERCADOTECNIA	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA DE MERCADOS	INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS	TALLER DE FORTALECIMIENTO AL EGRESO I	LANZAMIENTO DE PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO
TECNOLOGÍAS PARA LA GESTIÓN	CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA	SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN EN NEGOCIOS (Certificación)	SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN EN INNOVACIÓN (Certificación)	SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN EN EMPRENDIMIENTO SOCIAL (Certificación)	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE MERCADOS	FUNDAMENTOS DE LA CIENCIA DE DATOS	NARRATIVA CON DATOS	MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA
						DESARROLLO DE MARCAS Y MERCADEO	PLAN DE MEDIOS	VENTAS CONSULTIVAS

1er ciclo	2er ciclo	3er ciclo	4to ciclo	5to ciclo	6to ciclo	7mo ciclo	8vo ciclo	9no ciclo
INGLÉS GENERAL I	INGLÉS GENERAL II	INGLÉS GENERAL III	INGLÉS GENERAL IV	INGLÉS GENERAL V				

Ejes curriculares:

	AP: ÁREA PROFESIONAL
	AB: ÁREA DE BÁSICA
	AD: ÁREA DISCIPLINAR
	AI: ÁREA IDIOMAS
	ASIGNATURAS STEM
	ASIGNATURAS CON CERTIFICACIÓN LABORAL

Horas con docente	952
Horas independientes	5096
Horas totales	6048
Créditos	377.76

Plan:	Flexible
Leyendas obligatorias:	Consultar con secretaría técnica las cuestiones legales
Idioma:	Sin carga de créditos
Certificados internacionales:	Consultar con vertical y/o área internacional
Viajes obligatorios de prácticas para obtención de certificados o doble titulación:	Consultar con vertical y/o área internacional