



Perfil de Egreso

Licenciatura en Mercadotecnia 2016

COMPETENCIAS GENÉRICAS		
INSTRUMENTALES	INTERPERSONALES	SISTÉMICAS
INSTITUCIONALES		
Capacidad de análisis y síntesis	Capacidad de trabajar en equipos interdisciplinarios	Pensamiento crítico creativo
Conocimiento de una segunda lengua	Habilidad de trabajar en contextos internacionales	Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
Uso de TIC	Compromiso ético	Cultura emprendedora
Comunicación oral y escrita		
COMPLEMENTARIAS		
Capacidad de analizar mercados	Trabajo en equipo	Habilidades de investigación
Habilidades de gestión de información	Valoración por la diversidad y multiculturalidad	Capacidad para adaptarse a nuevas situaciones
Resolución de problemas	Liderazgo	Trabajo autónomo
Toma de decisiones	Filosofía humanista y ética profesional	Diseño y gestión de proyectos
Capacidad de innovación	Valoración por la expresión artística	Gestión de calidad
Planeación estratégica	Autonomía intelectual y moral	Compromiso por la sustentabilidad

Las competencias específicas son distintivas de la Licenciatura en Mercadotecnia, representan la operatividad del Plan de Estudios, se vinculan con las condiciones concretas de ejecución y son las siguientes por campo disciplinar.

MERCADOTECNIA

- Desarrollar estrategias modernas en la gestión de la mezcla de mercadotecnia, para proyectar a las organizaciones hacia la eficiencia y eficacia de sus operaciones con base en una visión integral de los entornos y los requerimientos de los mercados atendidos.

FINANZAS Y VENTAS

- Interpretar de manera eficaz y eficiente la información financiera para la adecuada toma de decisiones en la planeación estratégica bajo condiciones acordes a la demanda del entorno.
Administrar procesos de venta para facilitar el intercambio de bienes y servicios conforme a la norma y legislación correspondiente.

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

- Manejar herramientas tecnológicas acorde con las necesidades de la organización y su entorno para desarrollar estrategias de posicionamiento a través de los medios tradicionales y alternativos en beneficio de su rentabilidad.
Estructurar programas de comunicación que fomenten relaciones efectivas entre la empresa y sus diferentes públicos para proyectar la imagen corporativa, con base en la normatividad establecida.

MERCADOTECNIA DE SERVICIOS

- Desarrollar planes estratégicos de mercadotecnia para la implementación de productos y/o servicios lucrativos y sociales con un enfoque de desarrollo sustentable de las organizaciones, conforme a las normas de calidad y leyes correspondientes.

NEGOCIOS INTERNACIONALES

- Promover negocios en el ámbito nacional e internacional, para generar mejores oportunidades económicas, acorde con las tendencias actuales de los mercados.



PROMOCIÓN

- Planear actividades de comunicación de los productos y servicios de las organizaciones en sus segmentos de mercado, para lograr difundir el conocimiento y posicionamiento de la marca, a través de las herramientas promocionales.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- Desarrollar investigación cualitativa y cuantitativa para obtener información oportuna en el diagnóstico de las necesidades empresariales, para ayudar a las organizaciones a conocer con mayor precisión sus mercados, con base en las tendencias de sus entornos.

- **MERCADOTECNIA DIGITAL**

Aplicar el conocimiento de la mercadotecnia digital para la gestión del comercio electrónico, bajo la observación responsable y ética en la utilización de entornos virtuales