



Universidad Autónoma
de Baja California

Licenciatura en Mercadotecnia

Plan de Estudios 2022-2



¿Cuál es la actividad profesional de quien egrese de la Licenciatura en Mercadotecnia?

Son profesionistas competentes en la detección y análisis de necesidades y deseos de los consumidores ante los constantes cambios del entorno, desarrollan planes y estrategias de mercadotecnia, investigaciones de mercado, planes de comercialización, propuestas de negocios a través de la identificación de la situación actual, a fin de satisfacer las necesidades del consumidor, capacidad de generar herramientas de comunicación, para emitir mensajes que impacten en distintos mercados potenciales, con la finalidad de generar ventajas competitivas que permitan lograr un incremento en la rentabilidad de las organizaciones.



Universidad Autónoma
de Baja California

¿Cómo se estructura la formación profesional en la UABC?

El plan de estudios se estructura de tres etapas de formación:

La etapa básica contribuye a la formación elemental e integral estudiantil de las ciencias básicas con una orientación eminentemente formativa, para la adquisición de conocimientos de las diferentes disciplinas que promueven competencias contextualizadoras, metodológicas, instrumentales y cuantitativas; en la etapa disciplinaria se tiene la oportunidad de conocer, profundizar y enriquecerse de los conocimientos teórico-metodológicos y técnicos de la profesión orientados a un aprendizaje genérico del ejercicio profesional; en la etapa terminal se refuerzan los conocimientos teórico-instrumentales específicos; se incrementan los trabajos prácticos y se desarrolla la participación en el campo profesional, explorando las distintas orientaciones a través de la integración y aplicación de los conocimientos adquiridos para enriquecerse en áreas afines y distinguir los aspectos relevantes de las técnicas y procedimientos en la solución de problemas o generación de alternativas.



Acreditada por:
CACECA



Duración de 4 años



55 Asignaturas



325 Créditos
265 Obligatorios
60 Optativos



Movilidad estudiantil

Más de 65 años de experiencia formando profesionistas

Licenciatura en **Mercadotecnia**



¿Cuál es el perfil que debo tener para ingresar a la Licenciatura en Mercadotecnia?

Debe poseer las siguientes características:

Conocimientos generales en las áreas de:

- ▶ Económico.
- ▶ Administrativas.
- ▶ Matemáticas.
- ▶ Ciencias sociales.

Habilidades:

- ▶ Comunicación oral y escrita.
- ▶ Manejo de equipo de cómputo.
- ▶ Resolución de problemas prácticos.
- ▶ Análisis crítico.
- ▶ Búsqueda de información.
- ▶ Aprendizaje autodirigido.
- ▶ Trabajo en equipos multidisciplinarios.

Actitudes:

- ▶ Emprendedor.
- ▶ Liderazgo.
- ▶ Innovador.
- ▶ Creativo.
- ▶ Espíritu de superación.
- ▶ Versátil.
- ▶ Adaptable.

Valores:

- ▶ Honestidad.
- ▶ Disciplina.
- ▶ Integridad.
- ▶ Respeto.
- ▶ Prudencia.
- ▶ Tolerancia.
- ▶ Responsabilidad social.
- ▶ Empatía.
- ▶ Excelencia.



¿Qué competencias voy a desarrollar?

- ▶ Diseñar y gestionar planes estratégicos de mercadotecnia basados en el análisis del entorno para sustentar la propuesta de valor, con asertividad, versatilidad y profesionalismo.
- ▶ Diseñar e implementar estudios de mercados que coadyuven a las organizaciones para la toma de decisiones y a la creación de nuevas unidades de negocio, mediante la aplicación de herramientas metodológicas, con responsabilidad social, pensamiento crítico y actitud emprendedora.
- ▶ Gestionar y evaluar estrategias de comercialización y comunicación, utilizando TI (Tecnologías de la Información) actuales y emergentes, para asegurar la competitividad de las organizaciones, con creatividad, innovación, respeto y apego a la normatividad vigente.



¿Cuál será mi campo laboral?

Quien egrese del programa educativo de la Licenciatura en Mercadotecnia podrá desempeñarse en:

Sector público:

- ▶ Instituciones educativas.
- ▶ Instituciones gubernamentales: área de comunicación, mercadotecnia, investigación y desarrollo de productos o publicidad.
- ▶ Centros de investigación.

Sector privado:

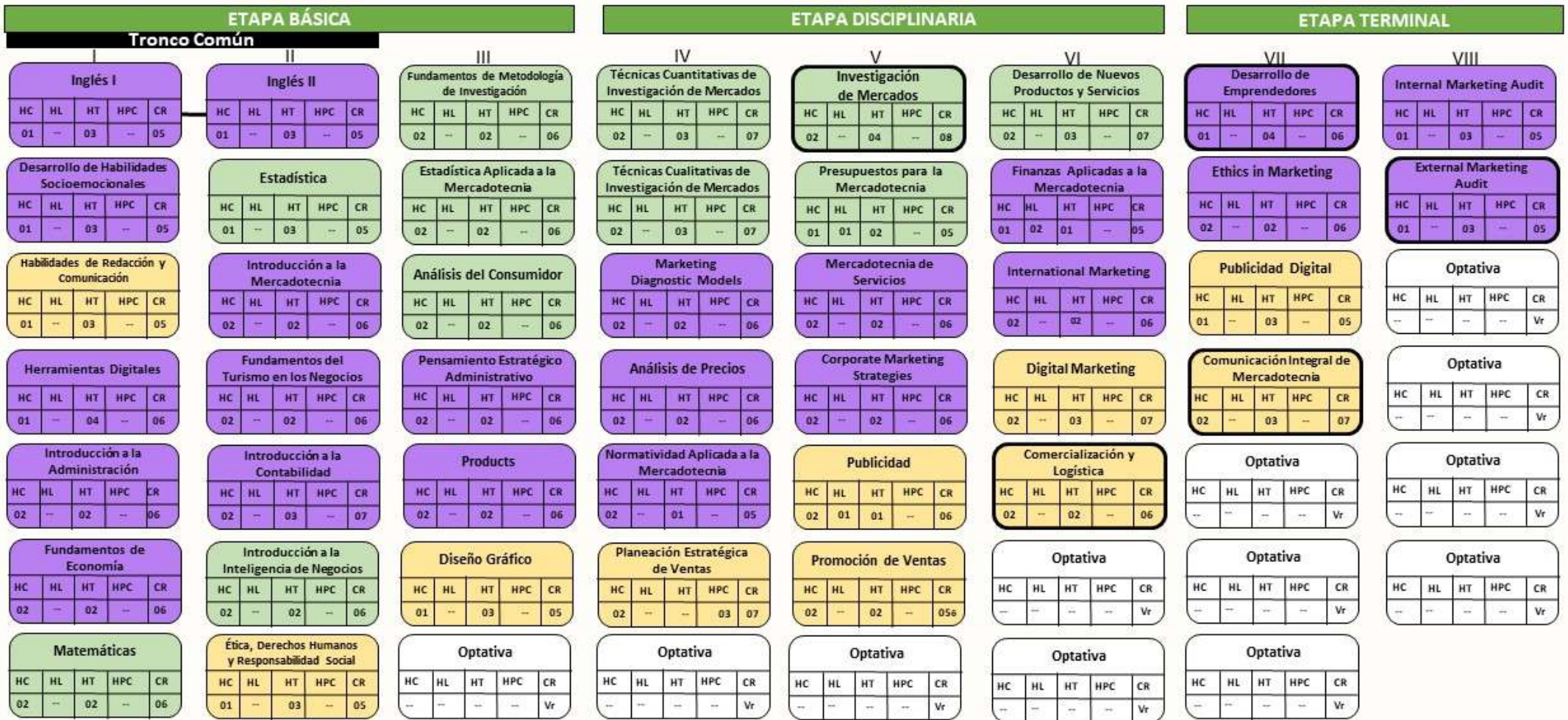
- ▶ Corporativos: área de comunicación, mercadotecnia, investigación y desarrollo de productos o publicidad.
- ▶ Agencias de mercadotecnia.
- ▶ Agencias de publicidad.
- ▶ Agencias de investigación de mercados.

Profesional independiente:

- ▶ Consultoría en temas de mercadotecnia estratégica, publicidad, e investigación de mercados.
- ▶ Creación de empresas propias.
- ▶ Agencias de mercadotecnia.
- ▶ Agencias de publicidad.
- ▶ Asesor de imagen.



Mapa Curricular



ÁREAS DE CONOCIMIENTO

- ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA
- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
- COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

— Seriación obligatoria

Unidad de Aprendizaje Integradora

HC= HORAS CLASE
 HL= HORAS LABORATORIO
 HT= HORAS TALLER
 HPC= HORAS PRÁCTICA
 CR= CRÉDITOS

Prácticas Profesionales 10 CR

Proyecto de Vinculación con Valor en Créditos 02 CR



Contacto

**Facultad de Ciencias Administrativas, Campus Mexicali.
<http://fca.mx1.uabc.mx/FCANEW/licenciaturas/lm.html>**



**Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Campus Tijuana.
<http://ftm.tij.uabc.mx/index.php/oferta-educativa/licenciaturas/licenciatura-en-mercadotecnia.html>**

**Facultad de Ciencias Administrativas, Campus Mexicali.
+52 (686) 841-82-22, Ext. 45041**



**Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Campus Tijuana.
+52 (664) 682-16-97**

POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL SER