

Licenciatura en Mercadotecnia



uestra licenciatura en Mercadotecnia ha sido diseñada tomando en cuenta las tendencias actuales de la profesión, con la convicción de formar profesionales creativos, críticos, solidarios y sensibles, capaces de implementar estrategias mercadológicas que permitan desarrollar y promover mejores productos o servicios.

El reto cumple con el posicionamiento de marcas con sello innovador y superior al de sus competidores, generando así las condiciones para construir una sociedad más equitativa.

Durante la carrera, los y las alumnos(as) pueden integrarse a empresas de primer nivel o emprender su propia idea de negocio, con los conocimientos teóricos y prácticos necesarios, y el apoyo de un claustro de profesores(as) que trabaja activamente en la industria.



Perfil de ingreso

Conocimientos

- Cálculo y estadística a nivel medio superior.
- Conceptos y principios básicos del área económica administrativa.
- Proceso comunicativo: oral y escrito.

Habilidades

- Resolución de problemas matemáticos.
- Comprensión lectora.
- Comunicación oral y escrita.
- Resolución de problemas y generación de alternativas.
- Pensamiento sintético y analítico.
- Modelamiento de situaciones.

Aptitudes

- Interés por temas sobre globalización, medio ambiente y sustentabilidad.
- Empatía, como base de una buena comunicación y respeto hacia temas sociales, económicos y culturales.
- Flexibilidad para establecer acuerdos.
- Creatividad.
- Facilidad para establecer relaciones interpersonales y manejar conflictos.
- Disposición por el trabajo colaborativo y proactivo.

Destacados

1. El nuevo plan de estudios está a la vanguardia en el campo de la mercadotecnia, incorporando materias como Neuromarketing, Mercadotecnia Deportiva, Fashion Marketing, Personal Branding, Marketing Intercultural, entre otras.
2. Todas las materias tocan tópicos de la mercadotecnia digital, la nueva forma de hacer marketing, así como técnicas actuales en redes y sistemas.
3. Las materias optativas se agrupan en cuatro salidas: Mercadotecnia Digital, Comunicación de Mercadotecnia, Mercadotecnia Analítica y Estrategias de Marca.
4. Contamos con un nuevo laboratorio de Neuromarketing.
5. Promovemos la vinculación con diversas empresas, para desarrollar la práctica profesional durante toda la carrera.
6. Podrás enriquecer tu formación participando en los viajes académicos organizados por el Departamento de Estudios Empresariales, como al Instituto de Empresa (España), Instituto de Estudios Bursátiles (España), Shangai (China) y Silicon Valley (EU), entre otros, a través de los cuales se pueden revalidar materias de la carrera.
7. Formamos mercadólogos(as) estrategas, incluyendo materias cuantitativas, para que los y las egresados(as) sean más analíticos(as), respondiendo a las tendencias actuales.
8. Nuestro claustro de profesores y profesoras cuenta con la pertinencia y las competencias necesarias para impartir el conocimiento y compartir sus experiencias laborales.
9. Nuestro programa permite a las y los alumnos(as) cursar materias en inglés.
10. Algunas materias de nuestro programa están desarrolladas 100% en línea, permitiendo al alumno(a) elegir cursarla en esta modalidad o de manera presencial.

Competencias

- Diseñar planes de acción con base en la investigación de mercados, para que las empresas cuenten con datos concretos para la toma de decisiones.
- Diseñar propuestas estratégicas de mercadotecnia por medio de procesos clave, con la finalidad de crear valor económico, valor para el cliente y para los principales grupos de interés.
- Desarrollar planes de comunicación integral de mercadotecnia, con base en el uso de los diferentes medios de comunicación (tradicionales y digitales).
- Desarrollar estrategias de mercadotecnia que permitan detectar oportunidades de crecimiento en mercados atractivos para las empresas y necesidades sociales.

Perfil de egreso

Profesionales capaces de transformar los modelos de negocio de las organizaciones, mediante la implementación de planes y estrategias de mercadotecnia sociales, globales, digitales y económicas, respondiendo a los desafíos de los entornos económico, político y social, para beneficio de la sociedad, con base en valores como la pluralidad, la tolerancia y la responsabilidad.

Enfoque

La principal característica de nuestro plan de estudios es la flexibilidad para seleccionar los temas de mayor interés de los y las alumnos(as), considerando las principales especialidades de la mercadotecnia, concentradas en cuatro áreas de salida:

- Mercadotecnia Digital
- Estrategias de Marca
- Mercadotecnia Analítica
- Comunicación de Mercadotecnia

La mercadotecnia nos permite ser creativos(as) realizando actividades y prácticas para diseñar, comunicar, e intercambiar bienes y servicios con valor para clientes, socios y para la sociedad en general.

Campo laboral

- Empresas de iniciativa privada, en campos diversos: consumo, industrial, farmacéutico, financiero, tecnológico, entre otros.

- Organizaciones del sector público: mercadotecnia política y de asuntos sociales.
- Empresas de servicios: hoteles, restaurantes, turismo, entre otros.
- Agencias de servicio de mercadotecnia
 - Inteligencia de mercados
 - Digital, redes sociales y marketing de contenidos
 - Publicidad, promoción de ventas, medios de comunicación
 - Branding y experiencia de marca
 - Relaciones públicas e imagen
 - Neuromarketing
- Empresas de mercadotecnia que atienden grupos específicos
 - Social
 - Deportiva
 - Moda
 - Lujo
- Emprendimiento
- Innovación de productos

Proyección internacional

Nuestra formación permite determinar, evaluar y entender las preferencias de los mercados globales, con el fin de desarrollar productos o servicios que respondan a las necesidades y deseos de los consumidores de cada país, adaptando y tropicalizando la marca, sin perder su esencia, a través de las estrategias mercadológicas que se requieran.

Intercambios

La mayor ventaja del intercambio académico es la oportunidad de enriquecer la formación profesional del estudiantado y obtener una valiosa experiencia de vida.

Los principales países a donde se van las y los alumnos(as) de Mercadotecnia son Estados Unidos, Inglaterra y Australia.

Acreditaciones

- Consejo de Acreditación en la Enseñanza de la Contaduría y Administración (CACECA).
- Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES).
- Consejo para la Acreditación del Comercio Internacional (CONACI).

¿Por qué la Ibero?

La Ibero es una universidad incluyente, diversa y plural, en estrecha vinculación con sectores académicos, sociales y productivos, locales y globales. Por tanto, la formación de profesionales en mercadotecnia queda inserta en la misión de la Universidad, de contribuir al desarrollo de una sociedad más justa, eficiente, productiva y competitiva, ofreciendo un programa de excelencia, pertinente, innovador y acreditado nacional e internacionalmente.

Nuestros(as) estudiantes tienen una sólida preparación académica, con altos niveles de reflexión basados en el conocimiento del entorno del país y de los aspectos internacionales, con enfoque social, empresarial, práctico y tecnológico. Esto les permite obtener conocimientos y habilidades para desarrollarse en organizaciones de iniciativa privada o pública, emprendimientos, empresas familiares, agencias de servicio a mercadotecnia, entre otras, con el propósito de crear valor en ellas.

Plan de Estudios (Modalidad Escolarizada)

División de Estudios Sociales

Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Semestre 5	Semestre 6	Semestre 7	Semestre 8
Taller de Integración Universitaria 2 HORAS	Liderazgo y Ética Empresarial 4 HORAS	La Persona en su Entorno Socioambiental 4 HORAS	Construcción de Democracia y Sostenibilidad 4 HORAS	Ciudadanía Mundial y Medio Ambiente 4 HORAS	Interpersonalidad y Trascendencias 4 HORAS	Taller de Formación y Acción Social 2 HORAS	Casos Mercadológicos de Empresas 4 HORAS
Taller de Aplicaciones de Información 4 HORAS	Tendencias Tecnológicas 4 HORAS	Estadística I 4 HORAS	Mercadotecnia y Negocios Digitales 4 HORAS	Bases de Datos y Análisis de la Información 4 HORAS	Mercadotecnia y Estrategia 4 HORAS	Optativa 3 de Ocho Créditos 4 HORAS	Optativa 7 de Ocho Créditos 4 HORAS
Métodos Cuantitativos I 4 HORAS	Empresa y Sociedad 4 HORAS	Mercadotecnia Global 6 HORAS	Investigación de Mercados 4 HORAS	Mercadotecnia de Servicios 4 HORAS	Habilidades Directivas 4 HORAS	Optativa 4 de Ocho Créditos 4 HORAS	Optativa 8 de Ocho Créditos 4 HORAS
Mercadotecnia 4 HORAS	Métodos Cuantitativos II 4 HORAS		Estadística II 4 HORAS	Innovación y Emprendimiento Sustentable 4 HORAS	Pensamiento Estratégico 4 HORAS	Optativa 5 de Ocho Créditos 4 HORAS	Optativa 9 de Ocho Créditos 4 HORAS
Taller de Escritura Académica 4 HORAS	Entorno Legal 4 HORAS	Mercadotecnia Social 6 HORAS	Finanzas Corporativas 4 HORAS	Estrategia de Distribución 4 HORAS	Marcas 4 HORAS	Optativa 6 de Ocho Créditos 4 HORAS	Optativa 10 de Ocho Créditos 4 HORAS
Administración 4 HORAS	Comportamiento del Consumidor 4 HORAS	Economía 4 HORAS	Estrategia del Producto 4 HORAS	Estrategia de Precio 4 HORAS	Optativa 1 de Ocho Créditos 4 HORAS	Agenda de México y el Mundo 4 HORAS	Optativa 11 de Ocho Créditos 4 HORAS
Contabilidad 4 HORAS	Costos 4 HORAS	Aplicación de Matemáticas Financieras 4 HORAS	Comunicación Integral de Mercadotecnia 4 HORAS	Mercado de Dinero y Capitales 4 HORAS	Optativa 2 de Ocho Créditos 4 HORAS		Optativa 12 de Ocho Créditos 4 HORAS

* Estudios con reconocimiento de validez oficial por decreto presidencial del 3 de abril de 1981, SEP.

BÁSICA

Agrupar los marcos conceptuales, las nociones disciplinares y metodológicas fundamentales, así como actividades de inducción a la Universidad.

ASE

Espacios curriculares que promueven la interdisciplinariedad y cuya intención es que el alumnado evalúe, integre y aplique la adquisición de las competencias genéricas y profesionales.

MENOR

Asignaturas de libre elección, que complementan la formación profesional, de acuerdo con distintos ámbitos disciplinares y profesionales. Puede incluir conjuntos organizados de 3 asignaturas de cualquier departamento si se desea obtener el Diploma de estudios complementarios.

AFAS

Espacio curricular que tiene el propósito de fortalecer el compromiso y la responsabilidad social a partir del contacto directo con la realidad del país y la atención profesional a grupos vulnerables y comunidades necesitadas.

MAYOR

Promueve la aplicación del conocimiento en un ámbito profesional determinado y forma al estudiantado para un desempeño responsable.

ARU

Contribuye a la formación integral del estudiantado considerando su autonomía y compromiso, logrando que sea capaz de proponer acciones conscientes, responsables y críticas frente a los desafíos de su contexto social y ambiental.

Licenciatura en Mercadotecnia

Materias Optativas

- Administración de la Relación con los Clientes
- Análisis e Interpretación de Datos
- Big Data Aplicada al Negocio
- Compliance
- Desarrollo de Sistemas Web 1
- Economía del Comportamiento
- Espacio Interdisciplinar de Gestión Administrativa y Financiera
- Estrategia y Pronóstico de Ventas
- Imagen Pública
- Innovación de Negocios Globales
- Introducción al Diseño Estratégico
- Investigación Cualitativa en Mercadotecnia
- Investigación Cuantitativa
- Mercadotecnia Deportiva
- Mercadotecnia Financiera
- Mercadotecnia Intercultural
- Mercadotecnia de Grupos Específicos
- Mercadotecnia de la Moda
- Mercadotecnia en el Entorno Digital
- Mercadotecnia para Medios Sociales
- Neuromarketing
- Pensamiento Visual e Infografía
- Planificación Estratégica de Medios
- Producción y Edición Digital de Imágenes
- Promoción de Ventas
- Propiedad Intelectual Global
- Protocolo Empresarial
- Publicidad y Relaciones Públicas
- Taller de Algoritmos y Programación
- Taller de Espacio Interdisciplinar de Gestión Administrativa y Financiera
- Temas Selectos de Mercadotecnia

Adicionalmente puedes elegir cursar un paquete de 3 materias optativas de otra carrera, obteniendo con ello un Diploma de Estudios Complementarios del área elegida.

Estudiar materias de otra carrera te permite tener una formación interdisciplinar, compartir conocimientos con estudiantes de otras carreras y flexibilizar tu trayectoria académica sin perder su objetivo inicial. De igual forma, podrás crear redes con alumnos(as) de otras licenciaturas para impulsar proyectos de forma conjunta al insertarse en el mundo laboral.



◀ Medios de apoyo
para alumnos y alumnas

Atención Preuniversitaria

55 5950 4000 exts. 7440 y 4378
atencion.preuniversitaria@lbero.mx

