



Licenciado en Mercadotecnia

(3 Años Bimestral)

OBJETIVO GENERAL

En la actualidad el desarrollo laboral ha ido en ascenso, por lo que el ISAC promueve mejorar la calidad académica de aquellos interesados en aprovechar dicho desarrollo.

El planteamiento de Licenciado en Mercadotecnia es para cubrir la necesidad de crecimiento de una sociedad pujante y sobresaliente como lo es la mexicana.

El plan se ha elaborado de tal manera que los estudiantes de Licenciado en Mercadotecnia podrán competir dentro del marco laboral como principales proveedores de creatividad y desarrollo e ideas o proyectos capaces de sobresalir fuera de los límites territoriales del país, acrecentando el nivel económico competitivo a nivel internacional.

Hoy en día existen acuerdos internacionales de libre comercio, como también los que año con año se solidifican en otros continentales, tanto como europeo como asiáticos.

El mercado debe estudiarse desde un punto pragmático y real de lo que acontece en el mundo actual, así como la expansión de una globalización total, que exige no la mejor preparación únicamente sino la continua preparación del profesional.

PERFIL DE INGRESO Y EGRESO

Los aspirantes a ingresar a la Licenciatura en Mercadotecnia deberán contar con las siguientes características:

- Habilidad para la investigación y evaluación de proyectos
- Iniciativa y creatividad para diseñar y desarrollar productos
- Habilidades para la plantación
- Habilidades para coordinar actividades
- Interés del desarrollo laboral
- Habilidades comunicativas
- Persuasivo
- Manejo de información
- Habilidad numérica
- Objetividad

Para responder adecuadamente a las necesidades del servicio profesional los egresados deberán obtener las siguientes cualidades:

- Análisis del área de comercialización
- Análisis de los trámites generales para embarque internacional y exportación
- Especialista en el área de mercadotecnia
- Conocimientos de convenios internacionales
- Conocimiento del marco legal
- Análisis de estudio de mercados
- Innovación de productos
- Administrar las oportunidades de venta
- Supervisor de programas de ventas
- Pronosticar demandas de un producto
- Análisis de problemas económicos que influyen en el mercado
- Conocimiento de los principios fundamentales de la globalización
- La calidad
- Conocimiento de la lengua extranjera (inglés)
- Desarrollo creativo con el uso de ordenadores
- Conocimiento de herramientas para la publicidad y mercadotecnia operativa.

AREAS DE TRABAJO

El Licenciado en Mercadotecnia podrá desarrollarse en las siguientes áreas dentro del sector público o privado tanto a nivel empresa como educativo:

- Comercialización, mercadotecnia o ventas
- Directivo en empresas nacionales o internacionales
- Asesor externo independiente
- Docencia en instituciones educativas universitarias
- Agencias de publicidad
- Agencias de estudio de mercado
- Agencia de promoción
- Distribución e innovación de productos
- Empresas públicas o privadas
- Integración y planeación de mercados
- Centros de distribución.

Actualmente se sigue con una investigación más a fondo para corroborar lo que en un principio y desarrollo da como resultado la gran demanda que existe en esta propuesta, por lo tanto las oportunidades de empleo crecen a pasos agigantados debido a los cambios económicos y productivos que vive el país y el mundo. Las empresas desean estar a la par de la globalización y es un hecho que lo están logrando, y eso sin duda exige egresados aptos en creatividad, productos o servicios innovadores para permanecer en la competencia y no quedar fuera de ella.

PLAN DE ESTUDIOS

Primero Tetramestre Contabilidad I Teoría de la Administración I Matemáticas Básicas Fundamentos del Derecho Computación I Inglés I Metodología de la Investigación	Segundo Tetramestre Contabilidad II Teoría de la Administración II Matemáticas Financieras Derecho Mercantil Computación II Inglés II
Tercer Tetramestre Contabilidad III Organización de Empresas Mercadotecnia I Derecho Laboral Computación III Inglés III	Cuarto Tetramestre Contabilidad IV Administración Financiera Economía Mexicana Mercadotecnia II Formación de Emprendedores Inglés Técnico
Quinto Tetramestre Análisis del Consumidor Economía Mundial Investigación de Mercados I Planeación Estratégica Investigación Estadística I	Sexto Tetramestre Teoría de los precios Comercio Internacional Investigación de Mercados II Mercadotecnia de Servicios Distribución y Logística Investigación Estadística II Administración de Ventas
Séptimo Tetramestre Publicidad I Info. Aplicada a la Mercadotecnia Innovación de Productos Mercadotecnia Industrial Admón. de Comercio al Detalle Mercadotecnia Internacional	Octavo Tetramestre Publicidad II Control Total de Calidad Relaciones Públicas Decisiones Marco Legal de Comercio Exterior Relaciones Humanas
Noveno Tetramestre Seminario de Publicidad Seminario de Investigación de Mercado Seminario de Mercadotecnia Internacional Seminario de Proyectos Promoción de Ventas Ética Profesional	

ISAC UNIDAD CENTRO
 Modesto Arreola 406 PTE.
 Entre Cuahitémoc y Jiménez Monterrey, N.L.
 Teléfono: 8340 2055

ISAC UNIDAD ANÁHUAC
 Labastida 201 y Fray B. de las Casas Col. Roble NTE.
 San Nicolás de los Garza, N.L.
 Teléfono: 8376 0335

www.isac.edu.mx

