

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

El reto cumple con el posicionamiento de marcas que tengan un 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) podrán integrarse a empresas de primer nivel o emprender su propia idea de negocio, ya que a lo largo de su vida universitaria contarán con los conocimientos teóricos y prácticos, apoyados en el claustro de profesores(as), quienes se encuentran trabajando activamente en la industria.



PERFIL DE INGRESO

Conocimientos

- Cálculo y estadística a nivel medio superior.
- Conceptos y principios básicos del área económico 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 de 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.

HIGHLIGHTS

- 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.** Nuestra licenciatura permite 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), Shanghai (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.

Licenciatura en **MERCADOTECNIA**

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: 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
 - Moda
 - Deportiva
 - 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 que obtengan una valiosa experiencia de vida.

Los principales países a donde se van las y los alumnos 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.

MAPA CURRICULAR IDEAL División de Estudios Sociales

PLAN DE ESTUDIOS (MODALIDAD ESCOLARIZADA)

Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Semestre 5	Semestre 6	Semestre 7	Semestre 8
Taller de Integración Universitaria 4 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

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

MENOR

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

MAYOR

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

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.

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/o comunidades necesitadas.

ARU

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



ATENCIÓN PREUNIVERSITARIA

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