



UNIVERSIDAD
DEL VALLE
DE ORIZABA

"Por una Educación en un Plano de Libertad con Responsabilidad"



Estudia la licenciatura en

Mercadotecnia en UniVO®

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

RVOE ante SEP No. 972042 de Fecha 29 de Enero de 1997 Plan 2010

Objetivo

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia será un profesional con una sólida formación para enfrentar con éxito los retos y desafíos que impone la economía de libre mercado a la operación de empresas, aportando con investigación, creación y desarrollo de nuevos mercados; para estimular, satisfacer y mantener procesos de intercambio de los productos y servicios, en el comercio nacional e internacional, a fin de apoyar la consolidación de las corporaciones que nuestro país necesita, nuestro plan de estudios tiene una duración de 4 años.

Perfil de ingreso

Habilidades:

- Para deducir, analizar y sintetizar información
- Relacionar, comprender ideas y resolver problemas expresados mediante palabras y números
- Para convencer a los demás respecto a un proyecto, un producto o un servicio
- Trabajo en equipos multidisciplinarios
- Para la investigación y estadística
- Capacidad de observación y sistematización
- Capacidad de negociación
- Dominio del lenguaje (verbal y no verbal), símbolos y relaciones espaciales
- Manejo de herramientas tecnológicas

Características:

- Creatividad e innovación
- Colaboración
- Proactividad
- Competitividad
- Facilidad para las relaciones interpersonales
- Actitud emprendedora





Perfil de egreso

Capacidad y habilidad para realizar estudios y análisis de mercado, establecer lineamientos para su segmentación, detectar necesidades y tendencias en el comportamiento del consumidor, para identificar oportunidades de negocio.

Capacidad para diseñar y ejecutar estrategias de distribución y comercialización.

Visión y creatividad para la innovación en productos y servicios.

Aplicación de la tecnología y los sistemas de información en la comercialización y publicidad a través de medios digitales.

Diseño de campañas publicitarias, su implementación y medición.

Desarrollar estrategias innovadoras que permitan generar e incrementar el valor de una marca.

PLAN DE ESTUDIOS

1

Administración I

Matemáticas

Contabilidad I

Introducción al
Derecho

Tecnologías de la
Información I

Habilidades del
Pensamiento

2

Administración II

Estadística

Contabilidad II

Derecho
Corporativo

Tecnologías de la
Información II

Bases
Metodológicas
de la Investigación

3

Administración III

Fundamentos de
Mercadotecnia

Contabilidad
Administrativa

Derecho
Laboral

Matemáticas
Financieras

Microeconomía

4

Alta
Dirección

Comportamiento
Organizacional

Comportamiento
del Consumidor

Derecho
Internacional

Investigación
de Operaciones

Macroeconomía

OPTATIVAS:

ADMINISTRACIÓN

Técnicas de Negociación
Gestión y Consultoría Empresarial
Nuevos Enfoques de la Administración
Marcas, Patentes y Franquicias

FINANZAS

Administración de Riesgos Financieros
Globalización Económica y las Finanzas
Formación de Grupos Empresariales
Planeación Estratégica Financiera

5

Administración de Recursos Humanos

Tipos de Mercadotecnia I

Administración y Estrategia de Producto y Precio

Investigación de Mercados Cualitativa

Diferencias Culturales

Administración de Ventas

6

Administración de la Promoción

Tipos de Mercadotecnia II

Administración de la Distribución

Investigación de Mercados Cuantitativa

Sistemas de Información de la Mercadotecnia

Finanzas

7

Desarrollo de Marca

Optativa I

Optativa II

Diseño Publicitario

Planeación Estratégica Mercadológica

Mercadotecnia Internacional

8

Marketing Digital

Optativa III

Optativa IV

Diseño y Desarrollo de Nuevos Productos

Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión de Mercadotecnia

Seminario de Tesis

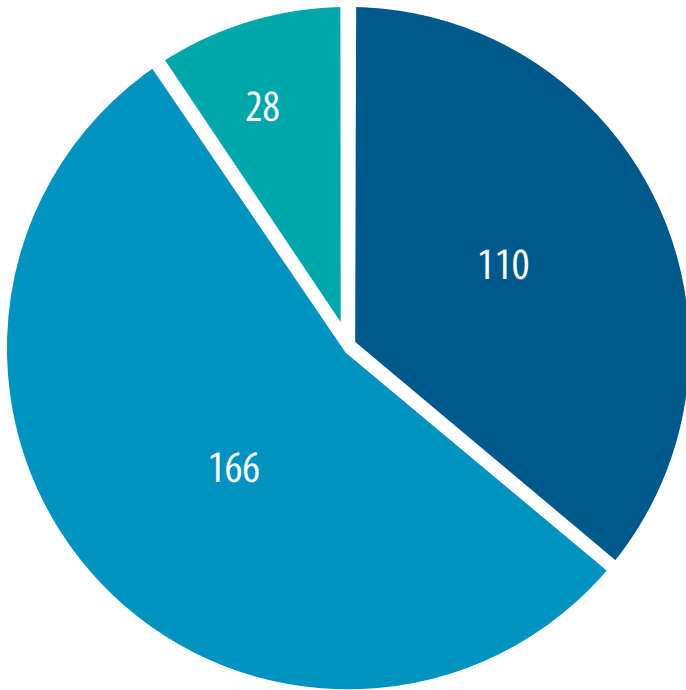
COMERCIO INTERNACIONAL

Comercializadoras Internacionales
Empresas Integradoras de Exportación
Empresas Agroindustriales de Exportación
Inversión Extranjera y Maquiladoras

MERCADOTECNIA

Publicidad y Relaciones Públicas
Semiótica de la Mercadotecnia
Imagen Corporativa
Servicio al Cliente

CRÉDITOS



- Área de formación básica obligatoria
- Área de formación profesional obligatoria
- Área de formación profesional optativa

Total: 304 créditos



CAMPO DE TRABAJO



En el sector público, privado y social en las áreas de: Investigación de mercados, Comercialización, Publicidad y Relaciones Públicas, Atención y servicio al cliente, Administración de Proyectos, entre otros.



Agencias dedicadas a los servicios de investigación de mercados, publicidad, imagen corporativa.



Organizaciones políticas.



Crear, desarrollar y dirigir su propia empresa.



Asesoría y/o consultoría.



Investigación y docencia.

"Por una Educación en un Plano de Libertad con Responsabilidad"

¡En UniVO estamos preparados!



Clases online a través del uso de tecnologías educativas.



Una **plataforma personalizada** para realizar todos tus trámites en línea.



Uso de herramientas de **Google Workspace for Education**.



Docentes capacitados para certificación como **Educador Google**.



PRIMARIA · SECUNDARIA · BACHILLERATO · LICENCIATURA · POSGRADO · EDUCACIÓN CONTINUA

PREGUNTA POR NUESTRO PROGRAMA DE BECAS



**UNIVERSIDAD
DEL VALLE
DE ORIZABA**



CONTACTO:



[272 2268596](tel:2722268596)



[272 72 61436](tel:2727261436)



informes.comsoc@correo.univo.edu.mx



[grupounivo](#)



[Grupo Educativo UniVO](#)



[Vicente M. Corona s/n entre privada Corona y Av. de los Censos, Col. El Espinal C.P. 94330 Orizaba, Ver.](#)

www.univo.edu.mx