

Licenciatura en Mercadotecnia



Descripción

La Licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad La Salle Cancún está dirigida a jóvenes interesados en ser líderes de la planeación estratégica de cualquier empresa; es un profesional en el diseño de nuevos productos y marcas, comercialización y promoción, en análisis de la competencia, pronósticos de ventas e investigación de mercados.

En la Licenciatura en Mercadotecnia nuestros alumnos adquieren los conocimientos necesarios para crear su propia empresa, o desempeñarse en organizaciones líderes, públicas y privadas, en el ámbito nacional e internacional; desarrollando funciones de planeación, evaluación y diseño de nuevos productos; estrategias de comunicación, consultoría e investigación de mercados; todo, con un alto sentido de ética y responsabilidad social.

Perfil de egreso

Al término de la Licenciatura, los egresados serán capaces de:

- Desarrollar y aplicar estrategias con base en los principios, los métodos y las técnicas de mercadotecnia, así como en el diseño, la implementación y la evaluación de las acciones orientadas al logro de los objetivos de las organizaciones y a la satisfacción de las necesidades del mercado meta.
- Desarrollar planes y proyectos de mercadotecnia estratégicos, sustentados en el análisis de los estudios del micro-entorno (organización) y del macro-entorno (factores económicos, políticos, socio-culturales, geográficos, ecológicos y tecnológicos) que visualicen un potencial negocio en el ámbito que se circunscriben.
- Emplear rigurosamente los métodos, las técnicas y las herramientas del sistema de información de mercadotecnia, la investigación de mercados y de la prospectiva, a fin de poder tomar decisiones a partir del análisis de la conducta de los consumidores, de la demanda real y potencial de productos o servicios y de la oferta de la competencia.
- Colaborar de manera creativa, innovadora y proactiva, con grupos multidisciplinarios, en el diseño y desarrollo de productos o servicios de calidad, acordes a las expectativas del consumidor y a los criterios de la mercadotecnia social y ecológica.
- Explorar, diseñar, desarrollar y evaluar estrategias de distribución de productos o servicios, a nivel nacional e internacional, de acuerdo con las características, necesidades y conveniencias de los mercados.
- Diseñar, dirigir y evaluar estrategias de comunicación integral de mercadotecnia con sentido ético, responsabilidad social y respeto por el medio ambiente y en la consideración de la dinámica de los ambientes globales.

- Participar en la determinación de costos y precios competitivos de productos o servicios, con base en la aplicación de métodos y técnicas y considerando la situación económica y financiera del micro y macro entorno.
- Diseñar, implementar y evaluar modelos de negocio digitales apoyados en la interpretación de métricas y el manejo eficiente de herramientas tecnológicas, digitales y administrativas.
- Desempeñarse como negociadores eficientes en proyectos de mercadotecnia, a partir de la detección de áreas de oportunidad y el diseño de estrategias pertinentes, viables y creativas.
- Diseñar y gestionar proyectos vinculados a su desarrollo profesional ocupacional, con actitud emprendedora e innovadora, bajo un enfoque de sustentabilidad y de responsabilidad social, a partir del trabajo multidisciplinar y colaborativo, considerando las características de la sociedad actual a nivel local y global. Incorporar en su práctica profesional, la utilización de estrategias de autorregulación y comunicación eficaz en español e inglés, así como las TIC como herramientas para la gestión de información y la actualización permanente en su campo disciplinar, con el fin de favorecer el intercambio de ideas en contextos multidisciplinarios tanto académicos como profesionales.
- Consolidar una actitud de respeto y valoración por sí mismo, los demás y diversas culturas incluida la propia, así como contraer un compromiso de servicio a nivel personal y profesional hacia la sociedad actual, a partir de la reflexión y definición de sus posturas con respecto a los valores trascendentes de la existencia humana.

ÁREA DE PREESPECIALIZACIÓN EN MARCA

Además de los rasgos adquiridos en lo general, los egresados de esta área habrán perfeccionado su capacidad de:

Diseñar proyectos de comunicación gráfica, digital y de posicionamiento estratégico de marca, empleando los elementos teóricos del diseño, la construcción y estructura de la marca, así como el empleo de las TIC.

ÁREA DE PREESPECIALIZACIÓN EN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Además de los rasgos adquiridos en lo general, los egresados de esta área habrán perfeccionado su capacidad de:

Desarrollar campañas publicitarias innovadoras, apoyadas en planes de medios, con un enfoque estratégico y de negocio, mediante el uso de métodos, técnicas y herramientas de comunicación, para mejorar el posicionamiento de la marca, generar ventas y mantener una relación permanente con el cliente.

ÁREA DE PREESPECIALIZACIÓN EN MERCADOTECNIA TURÍSTICA

Además de los rasgos adquiridos en lo general, los egresados de esta área habrán perfeccionado su capacidad de:

Analizar y monitorear el comportamiento de la oferta y la demanda turísticas, para generar estrategias de mercado que permitan promocionar y comercializar productos y servicios turísticos, con el apoyo de herramientas digitales.

Para mayor información: <https://lasallecancun.edu.mx/mercadotecna/>