

¿Qué hace un Licenciado en Mercadotecnia?

Diseña, desarrolla, ejecuta, controla y evalúa planes mercadológicos innovadores y estratégicos.

Detecta necesidades reales o potenciales del consumidor, a través de la investigación de mercados, así como la elevación y el mantenimiento de niveles óptimos de posicionamiento y rentabilidad de los productos y servicios que promueve.

¿Qué aprenderás?

- > A entender y comprender las necesidades del mercado, los clientes y las personas
- > Identificar oportunidades de negocio
- > Diseñar campañas para la construcción de marca, lanzamiento o posicionamiento de productos y servicios
- > Crear nuevos productos para cubrir las necesidades de los consumidores

Competencias dominantes de un LM

- > Organización y control
- > Desarrollo de la creatividad
- > Actitud de servicio
- > Liderazgo y negociación
- > Participación e integración de equipos de trabajo
- > Destreza en el uso de herramientas de comunicación
- > Facilidad de palabra

Formación en negocios y emprendimiento

Conjunto de materias que, al impulsar el desarrollo de habilidades gerenciales, el idioma inglés y el conocimiento de herramientas específicas, facilitan tanto la aplicación de medidas de mejoramiento en una organización como el emprendimiento de negocios propios.

Áreas de formación profesional

Comercialización

Implementar estrategias de comercialización y ventas que generen valor al cliente y la empresa a partir de la gestión de canales de distribución óptimos para posicionar un producto o marca en la mente del consumidor.

Comunicación integrada

Desarrollar estrategias de comunicación integral para solucionar necesidades de publicidad, promoción de ventas, RRPP y conectividad con clientes y proveedores haciendo uso de medios tradicionales y digitales con base en principios éticos y responsabilidad social.

Entendimiento y decisiones de mercado

Analizar el comportamiento del consumidor para diseñar estrategias de segmentación y posicionamiento encaminadas a generar valor a las partes en el proceso de intercambio.

Innovación y diseño de soluciones

Desarrollar estrategias mercadológicas para crear y reformular productos que beneficien al consumidor y a la empresa a partir de una idea o reconocimiento de una necesidad, considerando al diseño y tecnología como ejes.

Consulta más en ebc.mx/licenciaturas

Semestres

8	Valores en los negocios	Seminario integrador de mercadotecnia	Identidad corporativa ●	Alternativas de financiamiento ■	Laboratorio de estrategias globales ◆	Análisis de tendencias de mercadotecnia ◆
7	Pensamiento y planeación estratégicos	Gestión y auditoría de mercadotecnia ▲	Gerencia de marca ▲	Relaciones públicas ●	Mercadotecnia y competitividad ◆	Mercadotecnia digital ●
6	Liderazgo y negociación	Canales de distribución y logística ▲	Mercadotecnia de servicios ◆	Publicidad ●	Innovación de productos ■	
5	Factibilidad de negocios	Diferenciación y posicionamiento ▲	Sistemas de información de mercados ◆	Promoción ●	Administración de ventas ●	
4	Modelo de negocio y comercialización	Fijación de precios ▲	Propiedad intelectual e industrial ■	Investigación cualitativa de mercados ◆	Diseño de planes mercadológicos ■	
3	Estructura y análisis del mercado	Costos y presupuestos de mercadotecnia ▲	Investigación cuantitativa de mercados ◆	Segmentación de mercados ◆	Mercadotecnia negocio a negocio ■	
2	Dinámica empresarial	Comportamiento del consumidor ◆	Taller de matemáticas financieras	Finanzas empresariales	Economía empresarial	
1	Fundamentos de administración	Taller de información financiera	Matemáticas para negocios	Principios de derecho	Mercadotecnia	

Materias

Formación en negocios

Formación en emprendimiento

Formación profesional

● Comunicación integrada

■ Innovación y diseño de soluciones

▲ Comercialización

◆ Entendimiento y decisiones de mercado