



#bulgo y hago que/ sucla

¿Por qué inscribirme en la Universidad CEUNEM?

La Universidad CEUNEM Impulsa sus estudiantes asociados una actitud emprendedora para superar los retos actuales de la competencia profesional laboral, ofreciendo planes de estudio de calidad para que los estudiantes obtengan los mejores conocimientos al mejor precios.



Valores

- Emprendimiento
 - Liderazgo
 - Disciplina
 - Innovación

Misión

CEUNEM es una Institución de Educación Superior inspirada en el emprendimiento, buscando la profesionalización de manera digital de toda persona en pos de una oportunidad para potencializar talento y capacidades tanto profesionales como personales, tomando en cuenta sus necesidades de movilidad social y laboral, brindándole la oportunidad de replantear su prospectiva como una persona productivamente exitosa, capaz de emprender y desarrollar modelos de negocios exitosos y rentables, respaldadas en el conocimiento de disciplinas formales.

Ser la mejor opción dentro de las Instituciones de educación Universitaria, al sobresalir en el mercado de los servicios educativos digitales que otorga un valor agregado a la enseñanza profesional, empoderando académicamente a nuestros estudiantes en el desarrollo de conocimientos, capacidades y habilidades profesionales, así como en el desarrollo de estrategias de emprendimiento para establecer proyectos de negocio exitosos y rentables.

Visión

Licenciatura en Mercadotecnia

RVOE 2021-073 aprobado desde el 09/12/2021

Duración: 3 años (9 cuatrimestres)

La formación va dirigida a la formación de un Mercadólogo que se encarga de estudiar el público objetivo de una marca, comercializar un producto o aumentar las ventas de una empresa ya sea del sector público o privado.

Campo de trabajo de un mercadologo:

Un egresado de Mercadotecnia se encarga de estudiar el público objetivo de una marca, comercializar un producto o aumentar las ventas de una empresa, se puede desarrollar en los siguientes sectores:

- Agencias de publicidad, consultorías de mercadotecnia, agencias de Investigación de Mercados.
- Medios de comunicación como radio, televisión, plataformas digitales,
- Cualquier empresa del Sector Privado y Público.
- Marketing Educativo.



Perfil de Ingreso

Habilidades

- Manejo de paquetería Office, Linux, iOS, motores de búsqueda y plataformas virtuales.
- Habilidades autodidactas.
- Trabajo bajo presión.
- Pensamiento crítico.
- Habilidades lingüísticas.

Conocimientos

Conocimientos generales sobre las ciencias económicas y administrativas. Bases de informática.

Actitudes

- Liderazgo e iniciativa.
- Actitud emprendedora.
- Disciplina.
- Dinamismo y disposición para trabajar en equipo.
- Responsable, solidario y honesto.

Antecedentes académicos

Los estudiantes tendrán que acreditar, como requisito obligatorio, la finalización de los estudios medios (Preparatoria).

Contar con el título de bachillerato, será una condición obligatoria para que los jóvenes que deseen estudiar una licenciatura en el Centro Universitario y Enseñanza de Negocios puedan ser admitidos.

Perfil de Egreso

Conocimientos

Conocimientos financieros dirigidos a potencializar los recursos y mejorar la rentabilidad de las empresas. Conocimientos en planeación publicitaria y herramientas de marketing digital. Conocimientos estadísticos para demostrar la efectividad e impacto del mercadeo. Conocimientos en Psicología del Consumidor. Conocimientos en técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto. Conocimientos en emprendimiento, gestión y creación de negocios. Conocimientos en administración de estrategias y campañas para la colocación de productos, marcas o servicios, así como de su distribución logística y asignación de precios.

Habilidades

Manejo de estrategias en marketing digital. Aplicar las técnicas y herramientas de mercadotecnia para lograr el posicionamiento del producto en el mercado. Desarrollar investigaciones de mercados. Diseño y evaluación de estrategias de mercadotecnia en función de las necesidades de la empresa y las demandas del consumidor. Diseño y dirección de campañas de publicidad y promoción para la colocación de nuevos productos en el mercado empleando medios de comunicación y plataformas tecnológicas. Planear, diseñar y dirigir estudios de mercado enfocados a obtener información relevante a la población de consumo para la colocación de marcas, productos y nuevos servicios. Coord<mark>inación de equipos multidisciplinarios</mark> estimulando la sinergia necesaria para alcanzar los ob<mark>jetivos de la empresa. Habilidades de</mark> comunicación comercial que garanticen la venta y posicionamiento de productos y servicios.

Actitudes

Profesionista responsable, de carácter propositivo y analítico al momento de enfrentar circunstancias propias a su práctica profesional. Profesionista enfocado a la mejora continua de su perfil de conocimientos, habilidades y actitude<mark>s. Disposición para asumir riesgos</mark> y responsabilidades. Formación empresarial con espíritu emprendedor.

Plan de Estudios

1o Cuatrimestre	2o Cuatrimestre	3o Cuatrimestre	4o Cuatrimestre	50 Cuatrimestre
Mercadotecnia	Diversidad Cultural y de consumo	Investigación de Mercados	Mercadotecnia Estratégica	Publicidad en Marketing
Administración Contemporánea	Gestión para los Negocios	Emprendimiento e Innovación	Creación y Desarrollo de Negocios	Ventas y Comer- cialización
Derecho Corpora- tivo	Entorno legal de los Negocios	Régimen Legal de la Mercadotecnia	Estadística Descriptiva e Inferencial	Mercadotecnia y Desarrollo Tecnológico
Contabilidad Financiera	Gestión de costos y precios	Matemáticas Aplicadas	Semiótica	Comunicación Integral de Mercadotecnia
Introducción a los métodos de investigación	Metodología de la investigación	Comunicación Oral y Escrita		

60 Cuatrimestre	7o Cuatrimestre	80 Cuatrimestre	9o Cuatrimestre
Desarrollo de Marcas y Produc- tos	Mercadotecnia y Negociación Internacional	Prácticas I: Desarrollo Empre- sarial y Estrategias de Ventas	Prácticas Profesionales II: Psicología del consumidor
Técnicas de Venta	Innovación y Desarrollo de Productos	Comportamiento del Consumidor I	Comportamiento del Consumidor II
Mercadotecnia Digital	Mercadotecnia e Innovación	Mercadotecnia Aplicada al Turismo	Mercadotecnia Comercial y Sustentable
Relaciones Públicas	Mercadotecnia Política	Ética Profesional	Seminario de Investigación
	Comunicación e Imagen Pública		





info@ceunem.edu.mx

www.ceunem.edu.mx

Ayuntamiento #11-1, Col. Centro, San Juan del Río, Qro

Universidad 100% en línea

