

Objetivo general:

Formar profesionales de calidad, con prestigio y reconocimiento social, comprometidos con la promoción de un desarrollo humano sustentable y capacitados para contribuir en la definición de políticas y formulación de estrategias para disminuir las desigualdades económicas, sociales y culturales del estado de Sinaloa, en el marco del fortalecimiento de la nación.

Misión:

Formar de manera integral profesionales de la mercadotecnia, competitivos y comprometidos con la calidad, capaces de desarrollar habilidades de liderazgo emprendedor, estimulando su espíritu creativo e innovador mediante la excelencia académica y el reconocimiento internacional. Especializado en satisfacer las necesidades del mercado y sus consumidores de manera eficiente, ética, profesional y socialmente responsable en el desarrollo de las actividades propias de la mercadotecnia.

Visión:

La Licenciatura en Mercadotecnia es un programa educativo acreditado, comprometido en formar profesionistas a la vanguardia del conocimiento, buscando día a día la trascendencia y el reconocimiento de la institución y la sociedad, en el ámbito regional, nacional e internacional formando mercadólogos profesionales, con aptitudes y capacidades competentes; que les permita insertarse y defenderse en el mercado laboral, contribuyendo así, al desarrollo económico de la región y del país de manera socialmente responsable.

Licenciatura en Mercadotecnia



DIRECTORIO

DR. JESÚS MADUEÑA MOLINA
Rector

DRA. NIDIA YUNIBA BRUN CORONA
Secretaria General

DRA. ELIZABETH CASTILLO CABRERA
Secretaria de Administración y Finanzas

DR. ALFONSO MERCADO GÓMEZ
Director General de Servicios Escolares

MC. SERGIO MARIO ARREDONDO SALAS
Secretario Académico Universitario

DR. VÍCTOR MANUEL MIZQUIZ REYES
Director

DRA. ERIKA MARGARITA UZETA VALENZUELA
Secretaria Académica

DR. JESÚS ERNESTO DUARTE GASTÉLUM
Secretario Administrativo

DR. SAMUEL ALONSO BOJÓRQUEZ FÉLIX
Secretario de Control Escolar

DR. VÍCTOR MANUEL BARRAZA ESPINOZA
Coordinador General SUAD

LM. ALMA PATRICIA BOJÓRQUEZ FÉLIX
Coordinadora de la Licenciatura en Mercadotecnia

Facultad de Contaduría y Administración:

📍 Blvd. Universitarios y Av. de las Américas
Módulo IV, Ciudad Universitaria,
Culiacán, Sinaloa.



FCA-UAS
Campus Virtual

SUAD
SISTEMA DE UNIVERSIDAD
ABIERTA Y A DISTANCIA



CONTACTO:

☎ (667) 716-0303 con 6 líneas

🌐 <https://fca.uas.edu.mx>



coordinacion.mercadotecnia@fca.uas.edu.mx



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN



Programas Educativos de Calidad



Perfil de ingreso:

El aspirante a esta carrera debe contar con intereses en: Matemáticas, Economía, Informática, Métodos de Investigación, Administración, Derecho, Idioma adicional al español (ingles). En el manejo de las TIC´s comunicación oral, escrita y razonamiento lógico matemático, reflexión para la adquisición de conocimientos, comprensión, aplicación, análisis y síntesis, habilidad para interrelacionarse, visión integral de los negocios y capacidad de liderazgo.

Aptitudes en: En el manejo de las TIC´, capacidad de adaptarse a los constantes cambios e innovación tecnológica y educativa; mentalidad abierta proactivo al trabajo; disposición de trabajo en equipo y actitud emprendedora, personalidad creativa, entusiasta e innovadora.

Actitudes en: Responsabilidad social y cuidado del medio ambiente, interés por la cultura, valores y características de otras naciones.

Competencias genéricas:

CG1. Desarrolla su potencial intelectual para generar el conocimiento necesario en la resolución de problemas y retos, tanto de su vida individual y como parte de una comunidad, con sentido de pertenencia, identidad y empatía.

CG2. Actúa con iniciativa en la dirección que las exigencias colectivas le impongan para subsanar carencias y detonar el desarrollo social asumiendo su rol de profesionista comprometido, eficiente y creativo.

CG3. Ejerce su conocimiento ponderando los valores éticos para brindar mayores beneficios a la comunidad, con respeto a la ley y los códigos que dirigen su desempeño.

CG4. Reconoce el valor de la salud y del equilibrio medioambiental para el crecimiento y estabilidad personal física y emocional, de manera que dicha armonía se extienda hacia su entorno de manera sostenida y sustentable.

CG5. Aprecia el quehacer artístico como una manera de explorar y fortalecer su sensibilidad, intuición e imaginación, con actitud reflexiva y amplio criterio respecto de los valores a la cultura local y universal.

CG6. Participa en la generación de riqueza material, así como en la administración de los bienes patrimoniales, propios o comunes, que desarrollen un sentido de la previsión y preservación de los recursos en beneficio de las presentes y futuras generaciones.

CG7. Cultiva el compañerismo, el trabajo en equipo y la coordinación de esfuerzos bajo la aspiración de mejorar las tareas académicas, los entornos laborales y la convivencia social en beneficio para la consecución de metas que impactan en las formas de entablar y mantener relaciones humanas positivas.

CG8. Asimila, de manera autónoma y convertida, la necesidad de promover conductas que le orienten hacia el desarrollo del saber, del hacer y del convivir como formas trascendentes de la existencia, en lo inmediato y en lo futuro.

CG9. Desarrolla nuevos enfoques interdisciplinarios y construye propuestas innovadoras a partir de la transdisciplina.

CG10. Asume con responsabilidad y ética el manejo de las Tecnologías del Aprendizaje y el Conocimiento y es capaz de reconducir las Tecnologías de la Información y Comunicación para la adquisición y actualización del conocimiento de manera permanente para su vida y su profesión.

Competencias específicas:

CE1. Aplica el proceso administrativo con enfoque analítico,

crítico y propositivo, con un desempeño ordenado y constante para el logro de los objetivos organizacionales.

CE2. Aplica sus conocimientos y habilidades profesionales con actitud proactiva y positiva para responder a los requerimientos de la sociedad generando soluciones a los problemas en el ámbito económico nacional e internacional, con base en una visión ética y responsable.

CE3. Diseña estructuras organizacionales innovadoras que contribuyen al logro de los objetivos establecidos por los organismos sociales.

CE4. Desarrolla estrategias administrativas con una visión integral del organismo y su entorno, mediante la toma de decisiones que contribuyan a elevar su competitividad.

CE5. Gestiona recursos económicos, para asegurar la estabilidad y el crecimiento de la empresa, a través del logro de acuerdos de colaboración con diversos agentes productivos y financieros.

CE6. Maneja adecuadamente la metodología de la investigación para fundamentar sus decisiones, actualizando los conocimientos administrativos para responder a los cambios globales.

CE7. Domina habilidades de negociación y conciliación desarrollando una capacidad de liderazgo con una comunicación asertiva tanto oral como escrita, para fomentar y conservar relaciones interpersonales, grupales y de negocios que promuevan un clima organizacional favorable, atendiendo el marco jurídico de los negocios.

CE8. Realiza actividades de auditoría administrativa y consultoría, para diagnosticar problemas de personal, financieros, de mercadotecnia, administrativos y de operaciones en las organizaciones e implementar soluciones creativas e innovadoras de una manera ética y profesional.

CE9. Diseña sistemas y procedimientos integrales, eficientes y ágiles que impacten en la realización de las actividades administrativas y productivas de la organización, que contribuyan al desarrollo socioeconómico de la región y del país, con responsabilidad moral y un alto compromiso social.

CE10. Formula y evalúa proyectos de inversión para lograr la maximización del valor de la empresa, con énfasis en el análisis financiero

Perfil de egreso:

Al término de la licenciatura el profesional de mercadotecnia formado en nuestra institución estará en condiciones de aplicar los conocimientos, habilidades y destrezas propias de la profesión, tendientes a contribuir con aportaciones estratégicas al desarrollo económico y social de los mercados a nivel regional, nacional e internacional, siempre dentro de un marco ético y socialmente responsable, además será competente para:

Planear, dirigir y controlar estudios de mercados. Promover el establecimiento de negocios comerciales. Diseñar estrategias de promoción y publicidad de productos y servicios. Manejar con habilidad todo lo relacionado con los aspectos legislativos y de protección al consumidor. Establecer criterios de normatividad en materia de ventas. Realizar auditorías de mercadotecnia.

Administrar empresas de giro comercial y de servicios. Formular y gestionar proyectos de inversión. Comunicarse en un segundo idioma. Trabajar en equipo. Conducir equipos de trabajo.

Trabajar en contextos internacionales. Utilizar las tecnologías de la información. Ser emprendedor y trabajar de manera independiente. Diseñar y dirigir campañas publicitarias efectivas. Brindar asesoría externa a empresas locales, nacionales e internacionales. Crear y lanzar al mercado nuevos productos.

Realizar estudios sobre la oferta y la demanda.

Administrar la fuerza de ventas. Conocer y aplicar el marco legal para la exportación e importación de productos. Operar tecnologías e-commerce y e-business. Actuar éticamente. Trabajar con compromiso y responsabilidad social y sustentable.

Requisitos:

Conocimiento básico-intermedio del idioma inglés.

Promedio mínimo 8.5

Propósitos:

Básico disciplinar: Plantea y resuelve problemas en los ámbitos en que se desenvuelve, pensando de forma crítica y autocrítica, con actitud de empatía y respeto a las diferentes perspectivas y involucradas. Busca y analiza información de fuentes diversas y comunica los resultados de manera ética, asertiva y eficiente, tanto en forma oral como escrita. Utiliza las tecnologías de la información y la comunicación para desarrollar tareas académicas con efectividad y atendiendo a normas y reglamentos en el acceso y manejo de software y hardware.

Investigación y emprendimiento: Realiza estudios sobre la oferta y demanda generada en el mercado para la toma de decisiones. Soluciona problemas de comercialización de bienes y servicios; identifica problemas, analizando y estructurando estrategias de marketing para los diferentes mercados. Operar tecnologías de e-commerce y e-business. Identifica factores de éxito y fracaso, amenazas y oportunidades de la empresa y su medio ambiente para la toma de decisiones relacionadas con marketing. Investiga y genera valor en el proceso de intercambio de bienes y servicios con ética y contribuyendo al medio ambiente. Administra la fuerza de ventas.

Profesionalizante: Domina las técnicas publicitarias eficientemente. Aplica la mezcla de marketing en el sector empresarial. Brinda asesorías externas a empresas locales, nacionales e internacionales. Soluciona problemas de comercialización de bienes y servicios; identificando, analizando y estructurando estrategias de marketing para los diferentes mercados. Identifica factores de éxito y fracaso, amenazas y oportunidades de la empresa y su medio ambiente para la toma de decisiones relacionadas con marketing. Investiga y genera valor en el proceso de intercambio de bienes y servicios con ética y contribuyendo al medio ambiente. Administra la fuerza de ventas.



Movilidad
Nacional e
Internacional



Mapa curricular Licenciatura en Mercadotecnia

Plan 22

Básica Disciplinar

Investigación,
Emprendimiento e innovación

Profesionalizante

Semestre I	Semestre II	Semestre III	Semestre IV	Semestre V	Semestre VI	Semestre VII	Semestre VIII
Microeconomía	Macroeconomía	Probabilidad y estadística para la toma de decisiones	Creación y desarrollo de nuevos productos	Desarrollo emprendedor y plan de negocios	Gestión y evaluación de proyectos	Seminario de investigación	Investigación científica aplicada a la mercadotecnia
Contabilidad básica	Matemáticas financieras	Investigación de mercados cuantitativa	Investigación de mercados cualitativa	Redes sociales y estrategia digital	Mercadotecnia social	Mercadotecnia de servicios	Tópicos selectos de mercadotecnia
Administración de negocios	Proceso administrativo	Diseño gráfico publicitario	Mercadotecnia digital	Comercio electrónico	Mercadotecnia industrial	Comercio y mercadotecnia internacional	Creatividad multimedia
Marco legal de la empresa	Contabilidad financiera	Psicología y conducta del consumidor	Derecho del consumidor	Estrategias y políticas de precios	Estrategia publicitaria y medios	Mercadotecnia sustentable	Desarrollo de habilidades directivas
Fundamentos de la mercadotecnia	Herramientas para la comunicación digital	Estrategia promocional	Planeación estratégica de mercadotecnia	Distribución y logística	Empresa, cultura y negocios en el mundo	Imagen, identidad corporativa y relaciones públicas	Productividad y calidad total
Matemáticas administrativas	Entorno legal de la mercadotecnia	Análisis de costos e integración de presupuestos	Finanzas para la mercadotecnia	Administración de ventas	Capital intelectual en las organizaciones	Estrategias de comercialización	Mercadotecnia política