

#### 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**  
Secretaría 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. LEOBARDO BERRELLEZA REYES**  
Encargado de la Dirección

**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



#### CONTACTO:

(667) 716-0303 con 6 líneas  
<https://fca.uas.edu.mx>  
[coordinacion.mercadotecnia@fca.uas.edu.mx](mailto: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.** Assimila, 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 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                               |