

## PERFIL DEL EGRESADO

- ✓ Diseñar, desarrollar y evaluar estrategias para satisfacer las necesidades de las organizaciones y de los clientes, en los mercados locales, nacionales e internacionales, con base en la investigación de sus características y sus tendencias, y con una visión emprendedora.
- ✓ Identificar necesidades y deseos del mercado, crear campañas y estrategias, con el objetivo de impulsar las decisiones y fomentar la lealtad del consumidor a favor de la organización.
- ✓ Diseñar e implementar estrategias de servicio, para atender las necesidades del cliente en tiempo, forma y calidad.
- ✓ 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.

## CAMPO DE TRABAJO

El campo de trabajo para la Licenciatura en Mercadotecnia es el siguiente:

- Director Comercial (Desarrollo de estrategias para la comercialización de bienes)
- Director de Mercadotecnia
- Gerente de Publicidad y Promoción
- Investigador de Mercados
- Asesor de Logística y Distribución de productos y servicios
- Asesor o Consultor de manejo o imagen o relaciones públicas



### Solicita informes en Campus Valle Alto:

📍 Carretera Nacional km 967 Col. Estanzuela (Sector Valle Alto),  
Monterrey, N.L.

☎ Tel. 8155.8255 / 8317.9491



Educación que  
**TRANSFORMA**



**LICENCIATURA EN  
MERCADOTECNIA**  
SISTEMA ESCOLARIZADO

Bienvenido(a) a la **Universidad Interamericana del Norte**, una institución educativa de carácter privado fundada en 1989.

Nuestra Institución está comprometida con brindar la oferta educativa de Bachillerato, Licenciaturas, Ingenierías y Maestrías, en un ambiente ético y vanguardista.

La **UIN** está presente en diferentes partes de nuestra nación contando con el apoyo de personal docente capacitado para asesorar, promover y ejecutar nuestro objetivo educativo mediante los conocimientos y medios necesarios para el progreso y capacitación de nuestros estudiantes.



## OBJETIVO GENERAL

Crear, examinar e interpretar información de mercados para identificar oportunidades de negocio, implementando estrategias innovadoras con el fin de satisfacer las expectativas del cliente mediante programas financieramente sólidos que contribuyan a incrementar el valor de marca o producto.

# PLAN DE ESTUDIOS

## 1<sup>ER.</sup> Tetramestre

- Administración General
- Introducción a la Contabilidad
- Macroeconomía
- Matemáticas I
- Introducción al Derecho
- Inglés I

## 2<sup>DO.</sup> Tetramestre

- Proceso Administrativo
- Contabilidad Aplicada
- Microeconomía
- Matemáticas II
- Derecho Laboral
- Inglés II

## 3<sup>ER.</sup> Tetramestre

- Fundamentos de la Mercadotecnia
- Contabilidad y Costos
- Problemas Económicos y Políticos de México
- Matemáticas III
- Derecho Fiscal
- Inglés III

## 4<sup>TO.</sup> Tetramestre

- Administración de la Mercadotecnia
- Administración de Ventas
- Tópicos de Mercadotecnia
- Distribución Comercial
- Derecho Mercantil
- Informática Básica

## 5<sup>TO.</sup> Tetramestre

- Estrategias de Mercadotecnia
- Logística de la Mercadotecnia
- Mercadotecnia de Servicios
- Entorno Económico de la Organización
- Recursos Humanos
- Informática Avanzada

## 6<sup>TO.</sup> Tetramestre

- Investigación de Mercados I
- Ventas Personales
- Marketing Industrial
- Técnicas de Mercadotecnia
- Análisis del Consumidor
- Metodología de la Investigación

## 7<sup>MO.</sup> Tetramestre

- Investigación de Mercados II
- Mercadotecnia para Consumo Masivo
- Mercadotecnia Internacional
- Publicidad y Mercadotecnia I
- Fotografía Básica
- Investigación Estadística I

## 8<sup>VO.</sup> Tetramestre

- Marca y Envase
- Segmentación y Posicionamiento Estratégico
- Mercadotecnia en Internet
- Publicidad y Mercadotecnia II
- Fotografía Avanzada
- Investigación Estadística II

## 9<sup>NO.</sup> Tetramestre

- Proyectos de Mercadotecnia
- Franquicias
- Seminario de Mercadotecnia
- Seminario de Pequeñas y Medianas Empresas
- Fotografía Digital
- Ética en Mercadotecnia