



OBJETIVO

La Licenciatura en Mercadotecnia Internacional de la Universidad YMCA formará profesionales capaces de adquirir conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan detectar las necesidades administrativas y mercadológicas de empresas, organizaciones y consumidores, a partir del análisis y aplicación de los fundamentos actuales de la mercadotecnia; lo que le permitirá diseñar e implementar innovadoras estrategias de mercado en los distintos lugares donde se desempeñe profesionalmente.

PERFIL DE INGRESO

El aspirante debe contar con las siguientes competencias:

- Habilidad para trabajar interdisciplinariamente.
- Capacidad para analizar información.
- Analizar problemas que se le presenten y formular soluciones.
- Interés por la innovación y creatividad.
- Disposición para el aprendizaje de métodos y técnicas rigurosas de análisis e investigación.

PERFIL DE EGRESO

Competencias del egresado de la licenciatura en Mercadotecnia Internacional formado en nuestra institución:

- Mejorar el proceso de la mercadotecnia internacional en las empresas.
- Analizar los enfoques y tendencias actuales del mercado mundial.
- Administrar recursos materiales para el desarrollo de los nuevos productos.
- Utilizar herramientas metodológicas para las investigaciones de mercado.
- Elaborar evaluaciones para determinar el tipo ideal de un producto en el mercado.
- Diseñar e implementar estrategias para la colocación de bienes y servicios entre los consumidores.
- Analizar el perfil ideal del consumidor de un determinado producto.
- Manipular técnicas y métodos para el desarrollo de la publicidad de productos y servicios.

CAMPO LABORAL

El licenciado en Mercadotecnia Internacional formado en nuestra institución podrá desempeñarse en:

- Empresas mercadológicas y de consultoría.
- Empresas privadas dentro de la creación e innovación de productos.
- Organizaciones públicas y privadas en el área de relación y comunicación.
- Consultorías de investigación de mercados.
- Empresas de diseños publicitarios.

Nivel Disciplinario

- Introducción a la administración
- Proceso administrativo.
- Administración de la producción
- Introducción a la contabilidad.
- Contabilidad de activo y pasivo circulante.
- Contabilidad de activo y pasivo a largo plazo.
- Matemáticas aplicadas a las ciencias administrativas.
- Herramientas de optimización matemática.
- Matemáticas financieras.
- Entorno económico nacional.
- Economía empresarial.
- Derecho constitucional.
- Derecho civil.
- Derecho laboral.
- Derecho fiscal.
- Derecho mercantil.
- Informática I.
- Informática II.
- Informática aplicada a los negocios
- Teoría económica.

Nivel de Aplicación

- Control de adquisiciones y abastecimientos.
- Costos y presupuestos.
- Sistemas de información contable y financiera.

- Administración financiera.
- Estadística básica.
- Mercadotecnia.
- Mercadotecnia analítica.
- Logística y distribución.
- Fundamentos legales de la mercadotecnia.
- Sociología organizacional.
- Análisis del comportamiento del consumidor.
- Investigación de mercados.
- Investigación orientada a la toma de decisiones.
- Relaciones públicas.
- Administración de ventas
- Administración de la calidad total
- Mercadotecnia de servicios.
- Estrategias de publicidad y promoción
- Administración de la mercadotecnia.
- Dirección de la mercadotecnia.
- Gerencia de marca.
- Compras y logística internacional

Nivel de Profesionalización

- Mercadotecnia en internet.
- Relaciones empresariales.
- Alta dirección empresarial.
- Problemas económicos de México.
- Mercadotecnia Internacional.
- Comercio Internacional.
- Mercadotecnia y tecnologías de la información.
- Desarrollo de nuevos productos.
- Creatividad comercial.

- Mercadotecnia política
- Mercadotecnia Directa.
- Seminario de administración de la mercadotecnia Mercadotecnia internacional.
- Mercadotecnia industrial.
- Creación y dirección empresarial.
- Auditoría de mercadotecnia.
- Comercio electrónico.
- Economía gubernamental e internacional.
- Fundamentos de comercio exterior.
- Globalización y desarrollo en comercio exterior.
- Diseño de campañas.
- Mercadotecnia social.
- Taller de campaña publicitaria social.
- Informática y sus nuevas tecnologías.
- Diseño publicitario por computadora.
- Medios de comunicación.
- Taller de publicidad en medios electrónicos, radio y televisión.
- Proceso comercial.
- Estrategias comerciales.

Nivel de Formación Integral

- Metodología de investigación
- Antropología Filosófica.
- Clásicos de la Filosofía.
- Axiología.
- Seminario de Investigación.
- Ética.

RECONOCIMIENTO DE VALIDEZ OFICIAL DE ESTUDIOS DE LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA SEGÚN ACUERDO NÚMERO 20081067 DE FECHA 17 DE JUNIO DE 2008.

REQUISITOS DE INGRESO

- 1.Examen Diagnóstico
- 2.Acta de nacimiento (original y copia).
- 3.Certificado total de estudios de nivel bachillerato promedio mínimo 7 (original y copia).
- 4.Tres fotografías tamaño infantil blanco y negro.
- 5.INE (copia).
- 6.CURP (copia).

INICIO DE CURSOS

Enero - Mayo - Septiembre

BECAS Y FINANCIAMIENTOS

Posibilidad de obtener del 25% hasta el 50%.

MAYORES INFORMES

www.unimca.edu.mx
informes@unimca.edu.mx
5260-5437, 5255-4719 Ext. 114, 123, 218 y 103.
Dirección: Av. Ejército Nacional 253, Col. Anáhuac, C.P. 11230 México, D.F. con entrada adicional por Lago Alberto No. 337

