

Ventajas de estudiar en Tec Tuxtla



Modelo educativo competitivo



Prácticas profesionales



Instalaciones modernas



Profesores altamente capacitados



Horarios flexibles



Colegiaturas congeladas



Tecnológico Universitario Tuxtla



tectuxtlaoficial



9613610041



www.tecunisureste.mx



Dirección: Central Poniente número 378,
Barrio Santo Domingo, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas



LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR
SEP

20230615
MODALIDAD: MIXTA
24 DE FEBRERO 2023

Formación

El Tecnológico Universitario Tuxtla, es una institución libre y con la fuerte convicción de seguir fielmente principios y valores universales. Está comprometida con la búsqueda del saber y del conocimiento. Impulsa y fortalece al alumno haciéndolo capaz de desarrollarse como un ser independiente, autónomo, calificado y cualificado para ejercer su profesión.

Misión

El Tecnológico Universitario Tuxtla provee a sus alumnos de habilidades y destrezas propias de su profesión, inculcando valores dentro de su formación integral, logrando cambios en la sociedad donde están inmersos con una consecuencia de apoyo social.

Visión

Formar a los mejores profesionistas, líderes y empresarios, con ética y valores, que ayuden al fortalecimiento económico, propio de su familia, sociedad y de México

Valores

- Fraternidad
- Justicia
- Honor
- Responsabilidad
- Honradez
- Respeto
- Solidaridad
- Tolerancia



Objetivo general

Propiciar la formación integral de licenciados en Mercadotecnia que, mediante el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes; se desempeñen profesionalmente en los campos requeridos: investigación de mercados, creación de programas de comunicación, desarrollo de campañas publicitarias, emprendimiento de negocios y dirección, orientadora la competitividad, que les permita intervenir en los procesos de diseño, planificación y evaluación para la comercialización y venta de productos y servicios, respondiendo eficazmente a las demandas del entorno.



Perfil de egreso

- Planea estrategias y procesos de marketing acordes a las tendencias en los negocios globales.
- Generaliza los sistemas, modelos y estrategias de compras, movimientos y ventas a partir del análisis de datos de mercados.
- Discrimina la terminología contable y la clasificación de los diferentes tipos de cuentas del activo, pasivo, así como el capital.
- Integra procesos eficientes de mercadotecnia en beneficio de productos y servicios específicos.
- Gestiona negocios identificando las necesidades de los consumidores con una visión de innovación y emprendimiento.
- Discrimina las estrategias y los programas asociados a las campañas publicitarias.
- Estructura proyectos de diseño de imagen en diversos productos promocionales.
- Discrimina los modelos de investigación aplicada a los medios de comunicación.
- Desarrolla competencias comunicativas orales y escritas fundamentales para la inserción al ámbito profesional.
- Categorizar herramientas tecnológicas y metodológicas en la implementación de proyectos de diversa índole en su área de conocimiento.
- Problematisa su realidad desde paradigmas científicos y disciplinares propios de su ámbito profesional construyendo objetos de investigación.

Plan de estudios

Modalidad de estudios: Escolarizada y Ejecutiva.

Profesional:

- Administración de Ventas.
- Ambiente Global de Negocios.
- Análisis del consumidor.
- Análisis del Producto.
- Campañas de Publicidad.
- Comercialización Estratégica.
- Comercialización Estratégica Web.
- Coordinación de Programas de Mercadotecnia.
- Desarrollo de Nuevos Negocios.
- Diseño de Imagen.
- Diseño Digital.
- Estrategias de Medios.
- Estrategias de Precios y Ventas.
- Estrategias Directivas y de Negociación.
- Evaluación de Campañas de Comunicación.
- Fundamentos de Contabilidad.
- Fundamentos de Mercadotecnia.
- Gerencia de Marca.
- Gestión de Negocios y Administración de Proyectos.
- Innovación y Tecnología.
- Investigación Cualitativa de Mercados.
- Investigación Cuantitativa de Mercados.
- Logística y Distribución de Productos.
- Matemáticas Universitarias.
- Mercadotecnia Estratégica.
- Mercadotecnia Internacional.
- Modelos de Decisión.
- Multimedia de la Mercadotecnia.
- Promoción de ventas.
- Publicidad Creativa.
- Fotografía Persuasiva.
- Proyecto Integrador de Mercadotecnia.
- Técnicas de Planeación y Control.

Genérica:

- Comunicación Oral y Escrita.
- Estrategias para la Autonomía del Aprendizaje.
- Gestión de Proyectos Productivos.
- Herramientas Tecnológicas.

Transversal:

- Ética Profesional.
- Metodología de la Investigación.
- Proyección Profesional.
- Responsabilidad Social.
- Prospectiva e Innovación Profesional.
- Gestión del Conocimiento.
- Práctica Profesional.

