



CATÁLOGO ACADÉMICO

MARKETING

PERFIL DE EGRESO

El Licenciado en Mercadotecnia de la Universidad de Las Américas es un profesional competente y emprendedor que está preparado para administrar departamentos de mercadotecnia y alcanzar los objetivos de la organización a la que pertenece, contribuyendo así al desarrollo de la sociedad.

El graduado de mercadotecnia tiene una visión clara de su rol dentro de la organización, lo que le permite administrar los recursos de un departamento de mercadotecnia y gestionar integralmente el proceso de mercadotecnia para generar valor y crear relaciones duraderas con sus clientes. Está preparado para comprender las oportunidades y amenazas que se presentan en las organizaciones mediante el análisis del entorno y la investigación de mercado. Diseña estrategias mediante la selección correcta de los clientes a atender y la definición apropiada del posicionamiento y los diferenciadores del producto a comercializar. Define mezclas adecuadas de mercadotecnia, combinando producto, precio, plaza y promoción teniendo en cuenta los clientes objetivos. El graduado de la carrera, conjuntamente con su título profesional, alcanza el grado de Licenciado en mercadotecnia.

Además, para el itinerario de Gestión Estratégica, el graduado fundamenta sus decisiones tácticas en estrategias planteadas fruto del análisis riguroso de información del entorno y del cliente. Maneja de manera adecuada las herramientas cuantitativas y tecnológicas necesarias para ejecutar planes de mercadotecnia que aseguren el logro de los objetivos planteados por la organización. Para el itinerario en Estrategia Digital el graduado aplica la estrategia general de marketing utilizando los procesos específicos de marketing digital para generar mayor interés en grupos determinados de consumidores a ser atendidos.

Se espera que el graduado de la carrera demuestre en su vida profesional excelencia y compromiso constante con su autoformación, respetando y promoviendo criterios de responsabilidad social. Se espera que su comportamiento se oriente por sólidos valores éticos respecto de sus



relaciones con proveedores, distribuidores y clientes, sus prácticas publicitarias, de fijación de precios, de desarrollo de productos y de manejo de información.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- 1.- Describe, discute y aplica los conceptos y teorías de la mercadotecnia.
- 2.- Identifica oportunidades de negocio aplicando y contrastando metodologías de diagnóstico.
- 3.- Determina el impacto de las características del entorno sobre la administración del proceso de mercadotecnia.
- 4.- Diseña planes de mercadotecnia, evalúa su ejecución y propone acciones correctivas que le permitan alcanzar los objetivos planteados.
- 5.- Aplica las funciones de la administración en la dirección y gestión del departamento de mercadotecnia de una organización.
- 6.- Reconoce la importancia de la ética en la gestión de la mercadotecnia.
- 7.- Diseña planes estratégicos de mercadotecnia, aplicando los principales métodos de investigación.
- 8.- Aplica indicadores financieros para evaluar y monitorear planes estratégicos de mercadotecnia.
- 9.- Diseña y evalúa planes de gestión de proyectos de marketing digital.
- 10.- Toma decisiones con base en el conocimiento del aporte de las nuevas tecnologías digitales.

PRIMER SEMESTRE

1.- MGTZ1111 ADMINISTRACIÓN

Descripción del curso :

Se realiza un análisis externo e interno en el marco del proceso administrativo, lo que permitirá que el estudiante realice una propuesta de filosofía organizacional.

2.- MATZ0327 MATEMÁTICA APLICADA A LA ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA I

Descripción del curso :

Este curso se enfoca en dos áreas: aritmética y álgebra.



- En el área de aritmética, se desea lograr que el estudiante: se encuentre preparado para operar con los números reales de manera que sus cálculos sean correctos y expresados de forma coherente; por consiguiente, asocia e interpreta el resultado obtenido a un suceso cotidiano.
- Mientras que en el área de álgebra, se desea lograr, que el estudiante: sea capaz de resolver ecuaciones e inecuaciones asociadas a la administración y economía que le permita desarrollar su pensamiento crítico.

3.- FGLZ0192 LENGUAJE Y COMUNICACIÓN DIGITAL

Descripción del curso :

La asignatura se concibe dentro del proceso comunicativo del estudiante (leer, escribir, escuchar y hablar) y lo normativo (la gramática) estará sujeto a los aspectos funcionales del idioma. Este proceso incluye el uso efectivo y crítico de la información y de las herramientas tecnológicas.

4.- INGZ0111 INGLÉS INTERMEDIO I

Descripción del curso :

The scope of this level entails the use of grammar, expressions, and vocabulary at an intermediate level. Grammar includes present simple, past simple, present perfect, present perfect continuous, different forms of future, used to in affirmative and negative sentences, and information and yes/no questions to talk about people's behavior, personality, memories, plans, predictions, and facts. Topics about personal relationships, dilemmas, social life, speculations and events connected with the news are analyzed with the help of relative clauses, some phrasal verbs, conditional sentences, modal verbs may, might, can, could, and passive forms in simple present and past.

Vocabulary includes comparatives and superlatives, countable and uncountable nouns, quantifiers, adjectives, manner adverbs, appropriate words for talking about natural features, technology and gadgets, weather conditions and natural disasters. Expressions with make and do, and many conversational expressions like "it seems like", "if you ask me", etc. are included to help students to continue to an A2 Level.

All the contents are presented through natural language in authentic contexts,



and explicitly develops conversation strategies to speak with fluency and confidence. The contents described above are the first steps to achieve the A2 level of proficiency according to the Common European Framework Reference for Languages. This class introduces Basic-Intermediate English skills as described in the CEFR for the English Language Level A2.

5.- FINZ1248 CONTABILIDAD

Descripción del curso :

La asignatura cubre los fundamentos contables. Presenta inicialmente las operaciones de la compañía utilizando el libro diario, luego realiza el traspaso al libro mayor y finalmente, construye los Estados Financieros básicos.

SEGUNDO SEMESTRE

1.- FINZ1249 CONTABILIDAD INTERMEDIA

Descripción del curso :

Esta asignatura permite que los estudiantes puedan expresar los elementos de los estados financieros de acuerdo a los estándares internacionales de información financiera vigente, de tal manera que los mismos se constituyan en herramientas para la toma de decisiones financieras con base en expresiones de razonabilidad sobre el valor histórico.

Pre-requisitos :

FINZ1248 CONTABILIDAD

2.- ESTZ0055 PROBABILIDADES Y ESTADÍSTICA

Descripción del curso :

Este curso, brinda herramientas que permite modelar los fenómenos aleatorios a partir de la representación gráfica, medidas de localización, dispersión y forma; además de aplicar las leyes de probabilidad para que los estudiantes puedan aplicar efectivamente el conocimiento adquirido en sus ámbitos profesionales

Pre-requisitos :

MATZ0327 MATEMÁTICA APLICADA A LA ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA I

3.- INGZ0222 INGLÉS INTERMEDIO II

**Descripción del curso :**

The scope of this level entails the use of grammar, expressions, vocabulary, and writing at an intermediate level. Grammar includes the use of all the verb tenses, passive voice in the simple present and present continuous. It also includes the comparative as...as, be supposed to, the causative “get” and “have”, the use of past modals, and if clauses with the past perfect form of the verb. Vocabulary refers to colors, patterns, and styles of clothing. It also deals with cultural aspects such as manners and customs. In addition, it covers expressions about rules, crimes, and regulations, superstitions, household problems, emotions and personal behavior, ownership, possessions, and money. Finally, it includes expressions to describe fame, environmental problems, and to talk about areas of work, professions, and jobs. Writing focuses on cause and effect paragraphs.

Pre-requisitos :

INGZ0111 INGLÉS INTERMEDIO I

4.- MKTZ1234 INTRODUCCIÓN AL MARKETING**Descripción del curso :**

En esta materia el estudiante comprenderá las distintas fases del proceso de marketing y las estructurará de manera correcta. Revisará temas como: principales definiciones de marketing, proceso y rol del marketing dentro de una empresa y la importancia de esta disciplina.

5.- MATZ0334 MATEMÁTICA APLICADA A LA ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA II**Descripción del curso :**

El curso se enfoca en el área de cálculo diferencial, el mismo que estudia la descripción de funciones por medio de sus características y operaciones, además de límites y continuidad de las mismas. Luego se trabaja con la derivada de una función como tasa de cambio, la derivada de acuerdo a su definición y las reglas de derivación, para finalmente, utilizar la derivada en aplicaciones como el cálculo de valores extremos de funciones y resolución de problemas de optimización.

Pre-requisitos :



MATZ0327 MATEMÁTICA APLICADA A LA ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA I

6.- FGLZ0180 INVESTIGACIÓN Y TEXTOS ACADÉMICOS

Descripción del curso :

La asignatura ofrece una introducción a los fundamentos epistemológicos y metodológicos de la investigación cuantitativa y cualitativa. Además, integra el uso de las herramientas tecnológicas para un acercamiento a la investigación básica.

Pre-requisitos :

FGLZ0192 LENGUAJE Y COMUNICACIÓN DIGITAL

TERCER SEMESTRE

1.- ECOZ1400 INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA

Descripción del curso :

El curso de Introducción a la Economía busca un acercamiento intuitivo a los principales fundamentos de la ciencia económica. Se orienta a la comprensión de los problemas económicos contemporáneos, la vinculación del entorno con las decisiones empresariales y el desarrollo de una línea de pensamiento aplicado en todos los aspectos inherentes al quehacer de los negocios.

2.- IUSZ0130 EMPRESAS Y ASPECTOS LEGALES

Descripción del curso :

Esta asignatura brinda al estudiante el acercamiento a los principales aspectos legales que se involucran en la operación de la vida empresarial con un enfoque en la parte comercial y laboral. Se estudiarán los siguientes temas: Conceptos básicos. Teoría Jurídica Empresarial Ley de compañías; Código del Trabajo; Contratos mercantiles y Títulos Valores; y La Contratación Pública.

Pre-requisitos :

MGTZ1111 ADMINISTRACIÓN

3.- INGZ0333 INGLÉS AVANZADO I

Descripción del curso :

This class fosters students to develop their personal English language



capabilities to meet the criteria for descriptors in the CEFR, (Common European Framework of Reference for Languages) which correspond to a high intermediate, independent user, starting the B2 Level of English.

Pre-requisitos :

INGZ0222 INGLÉS INTERMEDIO II

4.- FINZ1244 CONTABILIDAD DE COSTOS

Descripción del curso :

En esta asignatura se estudian los fundamentos de la Contabilidad de Costos, analizando los diversos métodos y sistemas utilizados para el cálculo y el análisis de costos y la aplicación adecuada en los registros de una empresa de producción de bienes o de servicios, con apego a la normativa y a la base legal vigente.

Pre-requisitos :

FINZ1248 CONTABILIDAD

5.- ESTZ0065 ESTADÍSTICA APLICADA

Descripción del curso :

En este curso, se aplica las herramientas de la estadística inferencial, para estimar parámetros poblacionales; contrastar hipótesis y construir modelos probabilísticos, que permiten predecir el comportamiento de variables. En el ámbito de la administración, economía y finanzas.

Pre-requisitos :

ESTZ0055 PROBABILIDADES Y ESTADÍSTICA

6.- MKTZ2806 MARKETING ESTRATÉGICO

Descripción del curso :

En esta materia se utilizarán herramientas que permiten reconocer las oportunidades de marketing, segmentar, definir el mercado meta y determinar las ventajas competitivas para establecer estrategias de posicionamiento y del mix de marketing que genere valor superior al cliente.

Pre-requisitos :

MKTZ1234 INTRODUCCIÓN AL MARKETING

CUARTO SEMESTRE



1.- ECOZ1254 MICROECONOMÍA I

Descripción del curso :

Para este fin se divide el contenido en tres bloques. En el primero se revisan los conceptos de oferta y demanda, elasticidades de la oferta y demanda, equilibrio competitivo, y análisis de incidencia de un impuesto al consumo en un mercado competitivo. En un segundo bloque, se analizan la teoría de la firma, y la oferta de una empresa competitiva. Adicionalmente, se abordan los principios teóricos sobre el comportamiento del monopolista y las consecuencias de la concentración de mercado. Esta sección cierra con un análisis de las estructuras de mercado de competencia monopolística y oligopolio. La tercera sección estudia los aspectos principales de la teoría de consumidor.

Pre-requisitos :

ECOZ1400 INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA

2.- FINZ1145 ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Descripción del curso :

Abarca conceptos sobre el valor del dinero aplicando matemáticas financieras. Evalúa inversiones por medio del VAN, TIR, período de recuperación, entre otros. Ayuda a calcular flujos de caja libre (FCF) de una empresa o proyecto en función a información proyectada analizando sensibilidad, escenarios y punto de equilibrio.

Pre-requisitos :

FINZ1244 CONTABILIDAD DE COSTOS

FINZ1249 CONTABILIDAD INTERMEDIA

3.- INGZ0444 INGLÉS AVANZADO II

Descripción del curso :

The scope of this level entails the use of grammar, expressions, and vocabulary at a high-intermediate level. Grammar includes the combination of all the different verb tenses such as present and future with will, be going to, may, and might. Past and present perfect forms, including continuous forms. Defining and non-defining relative clauses, conditional sentences, modal verbs. Speaking includes the opportunities to discuss about friends and social



networking, media, experiences in childhood, jobs and employers, wishes, hopes and technology. Vocabulary includes personality, formal verbs, nouns and prepositions, expressions, word families, world problems, and expressions to give presentations.

Pre-requisitos :

INGZ0333 INGLÉS AVANZADO I

4.- MKTZ2534 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Descripción del curso :

La materia brinda al estudiante una visión clara del proceso de investigación de mercados para la toma de decisiones de marketing. El estudiante estará en capacidad de diseñar un plan de investigación de mercados, desarrollar una investigación cualitativa y cuantitativa con técnicas apropiadas que le permitan obtener información fiable para la solución de problemas de marketing.

Pre-requisitos :

MKTZ1234 INTRODUCCIÓN AL MARKETING

ESTZ0065 ESTADÍSTICA APLICADA

5.- FGHZ0922 CIENCIA, ENTORNO Y EL SER HUMANO

Descripción del curso :

La asignatura interdisciplinaria Ciencia, Entorno y Ser Humano aborda de forma transversal al ser humano (ser biopsicosocial) en su relación con los diversos tipos de conocimiento científico y en su entorno (físico y social). El desarrollo del curso se plantea a partir de tres problemáticas: bienestar, entorno y sociedad. Al ser una de las asignaturas humanísticas transversales de Experiencia UDLA, está alineada a seis resultados de aprendizaje institucionales: pensamiento crítico, trabajo colaborativo, visión global y ciudadanía, comunicación y alfabetización digital e investigación; abarcando a la vez cuatro de las competencias claves ("Big Five").

QUINTO SEMESTRE

1.- MKTZ3802 MARKETING AVANZADO

Descripción del curso :



En esta materia se utilizarán herramientas que permiten reconocer las oportunidades de marketing, segmentar, definir el mercado meta y determinar las ventajas competitivas para establecer estrategias de posicionamiento y mix de marketing que genere valor superior al cliente para finalizar con una auditoría de marketing.

Pre-requisitos :

MKTZ2806 MARKETING ESTRATÉGICO

MKTZ2534 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.- ECOZ1155 MACROECONOMÍA I

Descripción del curso :

El curso de Macroeconomía busca un acercamiento intuitivo y útil para la toma de decisiones empresariales a partir del sustento económico que explica la interacción existente entre los principales agregados macroeconómicos del mercado de bienes, dinero y trabajo que influyen en el contexto empresarial en una economía abierta.

Pre-requisitos :

ECOZ1400 INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA

3.- FGHZ0932 CIUDADANÍA, CULTURA E HISTORIA

Descripción del curso :

La asignatura interdisciplinaria Ciudadanía, cultura e historia aborda la historia y la cultura como herramientas transversales para el debate sobre la noción de ciudadanía. Esto supone acercarse a conceptos construidos socialmente (cf. cultura, democracia, Estado, nación, género y etnia, entre otros) que atraviesan dicha categoría y que posibilitan la reflexión sobre un discurso que alberga preocupaciones y expectativas vinculadas con la forma de proceder del ciudadano y el deber ser. Incluye las prácticas de vinculación con la comunidad, lo que equivale a 48 horas de planificación, preparación, ejecución y evaluación de un proyecto de vinculación. Su aplicación se la hará según la normativa respectiva.

4.- MKTZ2807 ESTRATEGIAS DE PRECIOS

Descripción del curso :

En esta materia el estudiante comprenderá una metodología para la creación



de valor y técnicas de fijación de precios ajustadas a una estrategia de marketing seleccionada.

Pre-requisitos :

MKTZ2806 MARKETING ESTRATÉGICO

5.- MKTZ2237 INTELIGENCIA DE MARKETING

Descripción del curso :

En esta materia se utilizarán herramientas que permiten reconocer las oportunidades de marketing, segmentar y definir el mercado meta y determinar las ventajas competitivas para establecer estrategias de posicionamiento, del mix de marketing en forma efectiva, y de fidelización alcanzando el enfoque de orientación al mercado y creando valor superior al cliente.

Pre-requisitos :

MKTZ2534 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

SEXTO SEMESTRE

1.- FINZ2147 FINANZAS CORPORATIVAS I

Descripción del curso :

Esta materia estudia la estructura de las finanzas corporativas, el valor del dinero en el tiempo; valoración de acciones y bonos, la estructura de capital y riesgo, hasta la planeación financiera a largo plazo.

Pre-requisitos :

FINZ1145 ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

2.- MGTZ1216 DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Descripción del curso :

Dirección Estratégica se orienta al entendimiento del pensamiento estratégico y al desarrollo de estrategias empresariales. Contiene la definición del direccionamiento estratégico, los tipos de estrategias y el proceso de formulación de estrategias con sus etapas de diagnóstico, identificación y selección.

Pre-requisitos :

MGTZ1111 ADMINISTRACIÓN



3.- MGTZ1123 GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Descripción del curso :

Se plantean los procesos de recursos humanos que son requeridos en una organización para que el estudiante desarrolle un sistema de gestión del talento humano alineado con los objetivos organizacionales.

Pre-requisitos :

FINZ1145 ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

4.- ECOZ3260 ECONOMÍA PARA LA TOMA DE DECISIONES

Descripción del curso :

El curso se orienta hacia el desarrollo de habilidades de análisis, síntesis y evaluación de información y herramientas para entender los variados problemas del entorno económico nacional e internacional, más que hacia la adquisición de conocimientos. Mediante el tratamiento directo de la información, se pretende lograr la aplicación de los conceptos económicos a la comprensión de los problemas económicos a nivel macro y microeconómico. Se identifican las diferentes industrias o sectores y estudian los principales indicadores por segmentos/sectores (productivo) y subsegmentos/subsectores de la economía que aterricen en un nivel de agregación básico que permita evaluar con claridad las oportunidades y riesgos asociados a los negocios/empresas o emprendimientos.

Pre-requisitos :

ECOZ1254 MICROECONOMÍA I

ECOZ1155 MACROECONOMÍA I

5.- MKTZ2240 GERENCIA DE PRODUCTOS

Descripción del curso :

El CEO de producto (gerente de producto) es el responsable de la estrategia y la hoja de ruta del producto. En este curso los estudiantes descubrirán herramientas reales de gestión de productos que permiten maximizar su rentabilidad.

Pre-requisitos :

MKTZ3802 MARKETING AVANZADO

6.- MKTZ3244 CONDUCTA DEL CONSUMIDOR

**Descripción del curso :**

Entender el comportamiento del consumidor lleva al estudiante a determinar los factores importantes que influyen en sus preferencias y decisiones de compra. Se determinará como el marketing investiga: motivaciones, percepciones, influencias en los consumidores. Las técnicas actuales que se analizarán formarán un pensamiento crítico y acertado para aplicar el conocimiento en estrategias y planes de marketing.

Pre-requisitos :

MKTZ2237 INTELIGENCIA DE MARKETING

SÉPTIMO SEMESTRE**1.- MKTZ2702 GERENCIA DE SERVICIOS****Descripción del curso :**

Esta materia tiene como objetivo proporcionar a los estudiantes los conceptos claves de la gestión estratégica de la gestión de servicios en las empresas. El proceso de aprendizaje es desarrollar el entendimiento de los conceptos básicos de atención al cliente; el proceso de prestación del servicio, los Kpis de medición y mejoramiento continuo, la estrategia y mapa conceptual de la diferencia competitiva por servicio, costo vs beneficio, construcción e implementación de la Cultura de Servicio, la innovación y digitalización de los servicios, procesos de fidelización de clientes, retención de clientes y el papel del recurso humano en el ciclo de atención al cliente.

Pre-requisitos :

MKTZ3802 MARKETING AVANZADO

2.- MKTZ3272 ITINERARIO 7MO**Itinerario :**

2.0.- MKTZ3243 ESTRATEGIA DIGITAL

Descripción del curso :

Generación de tráfico

Atracción y retención de clientes

Generación de líderes

Canales



Elección de medios según el objetivo de la campaña

Presupuesto de campaña

Proteger la marca y mejorar la reputación

Medición de desempeño

Pre-requisitos :

MKTZ2240 GERENCIA DE PRODUCTOS

2.1.- MKTZ2407 DIRECCIÓN DE CANALES DE MARKETING

Descripción del curso :

En esta asignatura el estudiante podrá aprender sobre la publicidad digital a través de las distintas herramientas digitales existentes. Podrá utilizar herramientas mediante redes sociales como Tik-tok. Además de generar estrategias de contenido que llamen la atención al público objetivo.

Pre-requisitos :

MKTZ2237 INTELIGENCIA DE MARKETING

3.- MKTZ3274 ITINERARIO 7MO

Itinerario :

3.0.- MKTZ3412 SEGMENTACIÓN PARA MEDIOS DIGITALES

Descripción del curso :

Características del Usuario WEB, la investigación teórica sobre la segmentación por comportamiento Normativa de contenidos como factores de segmentación Estrategias de personalización Privacidad y asuntos de seguridad

Pre-requisitos :

MKTZ3244 CONDUCTA DEL CONSUMIDOR

3.1.- MKTZ2901 EFECTIVIDAD DE FUERZA DE VENTAS

Descripción del curso :

El entorno cambiante del mercado y la competencia intensa, han llevado a clientes más exigentes y a una presión sobre los precios, lo que ha provocado una fuerte desaceleración en el crecimiento de los ingresos y menores márgenes de ganancias. Un ciclo de ventas más largo, clientes más exigentes y las dificultades para realizar ventas requieren una fuerza de ventas



competente. Así, los procesos de ventas eficientes y la tecnología que permite estos procesos se vuelven más importantes.

Vender no equivale a una breve llamada telefónica seguida de una presentación de ventas cara a cara y un contrato firmado; La verdad es que la venta efectiva comienza mucho antes de la primera llamada telefónica y continúa mucho después de que se entregue el lanzamiento y se firme el acuerdo. Hoy en día, la venta se ha vuelto altamente estratégica, ya que apunta a mantener relaciones a largo plazo con los clientes y adoptar métodos y tecnologías innovadores para ese propósito.

Pre-requisitos :

MKTZ2237 INTELIGENCIA DE MARKETING

4.- TITA2641 EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS

Descripción del curso :

Desarrollar en los estudiantes habilidades y criterios para que puedan tomar decisiones en la aplicación de un proyecto, considerando todos los factores que permitan tener argumentos fuertes. Esta materia considera una metodología universal de evaluación de proyectos, que le van a permitir al alumno aplicarla en cualquier rama de negocio.

Pre-requisitos :

FINZ2147 FINANZAS CORPORATIVAS I

MKTZ2534 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

5.- MKTZ3271 MARKETING INTERNACIONAL

Descripción del curso :

La materia educa a los estudiantes en las diversas etapas que se deben desarrollar cuando se internacionalizan las operaciones comerciales. Se desarrollan todos los pasos que se requieren seguir para participar en los mercados exteriores. Es una herramienta que ayuda a revisar las estrategias y tácticas que serán implementadas en un plan de internacionalización de la empresa. La asignatura es en modalidad presencial

Pre-requisitos :

MKTZ3802 MARKETING AVANZADO



OCTAVO SEMESTRE

1.- MKTZ2408 BRANDING

Descripción del curso :

En el taller de branding se diseñarán productos gráficos que van desde la conceptualización de ideas, el desarrollo, su producción digital y la creación de documentos finalizados para impresión. La materia también comprende una enseñanza teórico - práctica de las principales herramientas de los programas Adobe Ilustrador y Photoshop así como la creación y edición de vectores, retoque de imágenes y su posterior puesta en escena

Pre-requisitos :

MKTZ3244 CONDUCTA DEL CONSUMIDOR

2.- MKTZ3239 INNOVACIONES DE MARKETING

Descripción del curso :

El marketing innovador es un conjunto de procesos y actividades innovadoras que comercializan y comunican nuevos productos y servicios a un grupo objetivo de consumidores. La innovación y el marketing son las dos palabras que deben entender. El marketing es un proceso que involucra a los vendedores para comunicar un nuevo método de comercialización que se caracteriza por importantes mejoras en el diseño del producto o en su envase, presentación o política de posicionamiento, promoción precio, siempre que sea utilizado por primera vez.

Pre-requisitos :

MKTZ3244 CONDUCTA DEL CONSUMIDOR

3.- MKTZ3276 ITINERARIO 8VO

Itinerario :

3.0.- MKTZ2406 PUBLICIDAD DIGITAL Y RRPP

Descripción del curso :

En esta asignatura el estudiante podrá aprender sobre la publicidad digital a través de las distintas herramientas digitales existentes. Podrá utilizar herramientas mediante redes sociales como Tik-tok. Además de generar estrategias de contenido que llamen la atención al público objetivo.

**Pre-requisitos :**

MKTZ2237 INTELIGENCIA DE MARKETING

3.1.- MKTZ3411 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Descripción del curso :

La promoción es la última de las acciones que la empresa debe programar en su marketing mix. En este curso se revisan los principales aspectos asociados al mix promocional y sus principales herramientas que se compone de cinco apartados.

Se estudian las concepciones básicas dentro del ámbito de la promoción, procediendo a definir su concepto, exponiendo sus fines básicos e introduciendo sus herramientas o instrumentos fundamentales, a través de los cuales la empresa construye su mix de promoción: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, venta personal y marketing directo.

Pre-requisitos :

MGTZ1216 DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

4.- MKTZ3278 ITINERARIO 8VO

Itinerario :

4.0.- MKTZ2905 E-COMMERCE

Descripción del curso :

Una empresa o negocio que no está en digital no está en nada, vivimos en un mundo globalizado, el volumen mundial de ventas por comercio electrónico crece exponencialmente cada año e impresionantemente su tendencia es solo de subida. La clase busca desarrollar profesionales que cumplan con las exigencias de las empresas que se están desarrollando y especializando en comercio electrónico ya que todas las empresas de una u otra manera tienen la necesidad de tener presencia de forma profesional en digital.

Pre-requisitos :

MKTZ2237 INTELIGENCIA DE MARKETING

4.1.- MKTZ3241 GESTIÓN DE CLIENTES

Descripción del curso :



- Marketing directo.
- Marketing de base de datos.
- Marketing 1 a 1.
- CRM.
- Desarrollo de la estrategia relacional con el cliente.
- Brechas en la entrega de servicios.

Pre-requisitos :

MKTZ3244 CONDUCTA DEL CONSUMIDOR

5.- TITA2642 GERENCIA DE MARKETING

Descripción del curso :

Las simulaciones permiten a los estudiantes experimentar con estrategias comerciales, probar ideas comerciales y experimentar las consecuencias de sus acciones en un entorno empresarial virtual. A medida que los estudiantes aplican los conocimientos teóricos que aprendieron en su clase para tomar decisiones comerciales estratégicas y tácticas en el juego, desarrollan habilidades críticas para tener éxito en el mundo empresarial actual. La simulación de gestión empresarial expone al participante a todos los aspectos del negocio.

Pre-requisitos :

TITA2641 EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS

INGZ0444 INGLÉS AVANZADO II

6.- MKTZ3755 PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES

Descripción del curso :

Este constituye un espacio de aprendizaje en el cual los estudiantes se relacionarán con organizaciones afines a las ciencias empresariales y económicas, en las cuales aplicarán las habilidades y destrezas que han adquirido a lo largo de su programa de estudios.

Compartirán y reflexionarán sobre sus experiencias en las organizaciones con las cuales se vinculan y generarán nuevos aprendizajes relacionados con la inserción laboral.

Pre-requisitos :

FINZ1145 ADMINISTRACIÓN FINANCIERA