

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

CARRERA: MARKETING

Perfil de Egreso de la Licenciatura en Mercadotecnia

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 de la Carrera (RC)

EL GRADUADO DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA:

- RC1.** Describe, discute y aplica los conceptos y teorías de la mercadotecnia.
- RC2.** Identifica oportunidades de negocio aplicando y contrastando metodologías de diagnóstico.
- RC3.** Determina el impacto de las características del entorno sobre la administración del proceso de mercadotecnia.
- RC4.** Diseña planes de mercadotecnia, evalúa su ejecución y propone acciones correctivas que le permitan alcanzar los objetivos planteados.
- RC5.** Aplica las funciones de la administración en la dirección y gestión del departamento de mercadotecnia de una organización.
- RC6.** Reconoce la importancia de la ética en la gestión de la mercadotecnia.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPECÍFICOS DEL ITINERARIO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA:

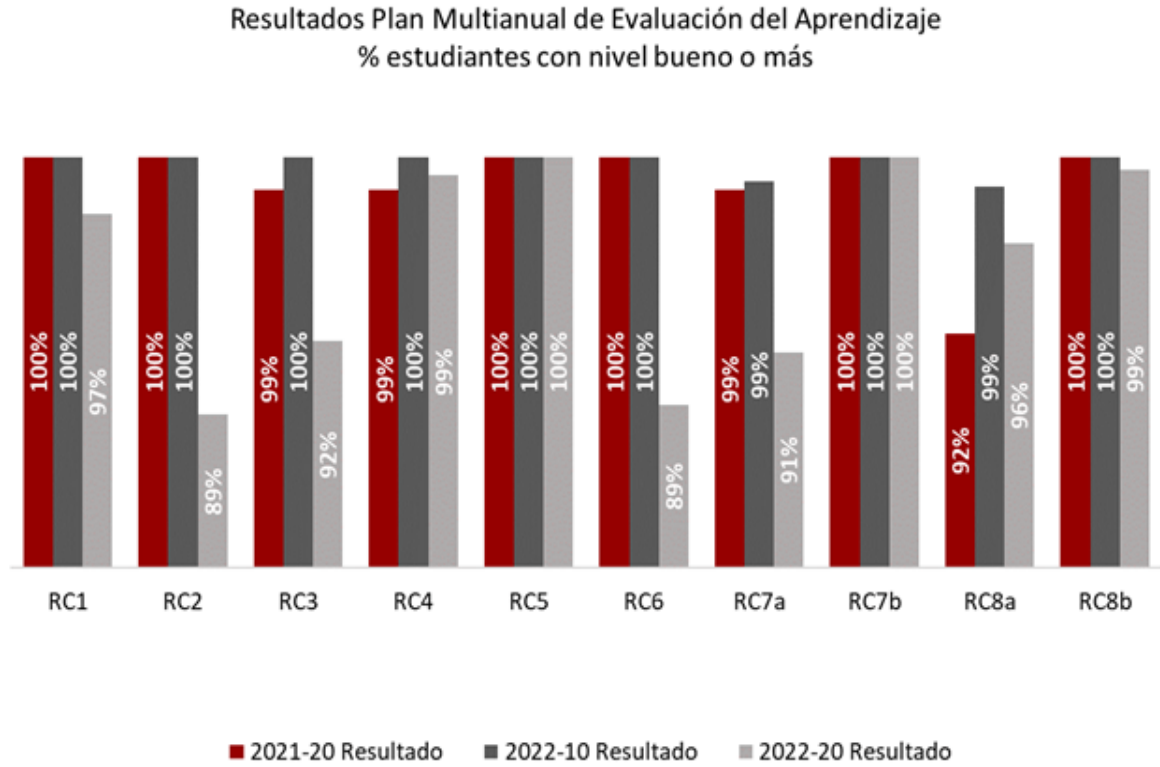
- RC7a.** Diseña planes estratégicos de mercadotecnia, aplicando los principales métodos de investigación.
- RC8a.** Aplica indicadores financieros para evaluar y monitorear planes estratégicos de mercadotecnia.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPECÍFICOS DEL ITINERARIO DE ESTRATEGIA DIGITAL:

- RC7b.** Diseña y evalúa planes de gestión de proyectos de marketing digital.
- RC8b.** Toma decisiones con base en el conocimiento del aporte de las nuevas tecnologías digitales.

MARKETING

Resultados Plan Multianual de Evaluación del Aprendizaje



Fuente: Dashboard Evaluación del Aprendizaje.

