

Programas Académicos

Licenciaturas e
Ingenierías



Fortalecimiento del
perfil de las
personas
sustentantes para
acceso al programa



Flexibilidad y
personalización de
opciones



Asistencia
académica y
administrativa
especializada en
Acuerdo 286



Plataformas
amigables y
soporte
continuo

Mercadotecnia

SEP-DGAIR, MODALIDAD ACUERDO 286 Y MODIFICATORIO 02/04/2017



Perfil de de la persona titulada

La persona titulada en Mercadotecnia, a través del Acuerdo 286 SEP con acompañamiento ValoraT, demuestra que ha formalizado y fortalecido su perfil profesional al acreditar (enunciativo no limitativo) que:

- Comprende el comportamiento del mercado, la oferta, la demanda y el precio.
- Analiza información cuantitativa y cualitativa para la toma de decisiones comerciales.
- Diseña estrategias de producto, servicio, marca y medios.
- Interpreta métricas y resultados para optimizar campañas y posicionamiento.
- Comunica propuestas estratégicas de forma estructurada y profesional.
- Integra su experiencia laboral como evidencia válida de competencia profesional.

Se posiciona con mayores posibilidades de crecimiento y consolidación en áreas de planeación estratégica, comerciales y sociales.

Habilidades (enunciativas no limitativas)

- Análisis estratégico de mercado.
- Diseño de propuestas de marketing aplicadas.
- Interpretación de métricas comerciales.
- Argumentación estructurada de estrategias.
- Uso correcto del lenguaje técnico propio de la Mercadotecnia.

Resultado académico

Cédula y Título Profesional en la Licenciatura en Mercadotecnia con validez oficial emitido por la SEP, equivalente en reconocimiento y alcance a los expedidos por instituciones de educación superior dentro del Sistema Educativo Mexicano. Asimismo, puede ser susceptible de reconocimiento internacional, conforme a la legislación y los criterios de las autoridades educativas del país en que se tramite.

Campos de Desempeño Profesional

La persona titulada en Mercadotecnia puede desempeñarse en:

- Áreas de marketing en empresas públicas o privadas.
- Gestión de marca y posicionamiento.
- Planeación de campañas y medios.
- Desarrollo de productos y servicios.
- Marketing digital y comercio electrónico.
- Análisis de mercado y comportamiento del consumidor.

Mercadotecnia

SEP-DGAIR, MODALIDAD ACUERDO 286 Y MODIFICATORIO 02/04/2017

Mapa Curricular Conceptual de Evaluación



Te acompañamos para prepararte para la evaluación de áreas de experiencia organizadas en bloques claros enunciativos no limitativos con base en los contenidos de la evaluación oficial:

3.1 Oferta, demanda, precio y mercado

Temas de referencia:

- Cuantificación de demanda para productos o servicios
- Análisis cuantitativo
- Conceptos y métricas básicas

3.2 Metodologías, técnicas y herramientas aplicadas a la Mercadotecnia

Temas de referencia:

- Técnicas de recolección de datos
- Análisis cuantitativo y cualitativo
- Perfilamiento del consumidor
- Enfoques de mercadotecnia según situación de mercado

3.3 Mercadotecnia aplicada a Servicios

Temas de referencia:

- Tipologías de servicio
- Modelos de atención al cliente
- Modelos de satisfacción del cliente
- Precios

Mercadotecnia

SEP-DGAIR, MODALIDAD ACUERDO 286 Y MODIFICATORIO 02/04/2017

Mapa Curricular Conceptual de Evaluación



3.4 Mercadotecnia aplicada a Productos

Temas de referencia:

- Prototipo de producto
- Tipologías y familias de producto
- Estrategias de comunicación
- Modelos de atención por tipo de producto

3.5 Planeación y Medios

Temas de referencia:

- Tipologías de canales de comunicación
- Propuesta de plan de medios
- Campañas e inversión
- Acciones tácticas y estratégicas

3.6 Desarrollo y Posicionamiento de Marca

Temas de referencia:

- Metodologías de diseño y análisis de atributos de marca
- Posicionamiento de marca

3.7 Mercadotecnia Digital

Temas de referencia:

- Ecosistema de plataformas digitales
- Comercio electrónico
- Gestión de proveedores de servicios digitales
- Gestión de agencias