



PERFIL DEL EGRESADO

El egresado de la Maestría en Mercadotecnia del Instituto se caracterizará por resaltar la ética y el humanismo en su desempeño profesional. Al contar con una visión global, tiene la capacidad para colaborar en empresas del sector público o privado, lucrativas y no lucrativas, de manufactura, comercio o de servicios, micro, pequeñas, medianas o grandes.

Tendrá una destacada orientación hacia la creatividad, competitividad y productividad en organizaciones tanto nacionales como Internacionales.

Además, el egresado podrá emprender, desarrollar y dirigir negocios con un fuerte enfoque en la responsabilidad social empresarial.

Podrá establecer diagnósticos y soluciones a problemáticas organizacionales detectadas mediante evaluación y auditorías en los procesos de Mercadotecnia.

Se comunicará efectivamente en el proceso de negociación considerando los aspectos de la mercadotecnia en diversos contextos globales.

Planeará, desarrollará y ejecutará estrategias de mercadotecnia que conlleven a la sustentabilidad y permanencia del negocio.

PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER TETRAMESTRE

- Seminario de Mercadotecnia
- Seminario de Investigación de Mercados

SEGUNDO TETRAMESTRE

- Seminario de Mercadotecnia de Servicios
- Seminario de Análisis del Consumidor

TERCER TETRAMESTRE

- Seminario de Ventas
- Seminario de Comercialización y ventas

CUARTO TETRAMESTRE

- Seminario de Mercadotecnia Electrónica
- Seminario de Desarrollo de nuevos Productos

QUINTO TETRAMESTRE

- Seminario de Gestión de la Calidad en Mercadotecnia
- Seminario de Investigación I

SEXTO TETRAMESTRE

- Seminario de Ética Responsabilidad Social
- Seminario de Investigación II