

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO

NOMBRE AUTORIZADO DE LA INSTITUCIÓN

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y VENTAS

NIVEL Y NOMBRE DEL PLAN DE ESTUDIOS

2018

VIGENCIA

Bachillerato o Equivalente

ANTECEDENTES ACADÉMICOS DE INGRESO

MODALIDAD

No Escolarizada

DURACIÓN DEL CICLO

Semestral: 16 semanas efectivas de clase

CLAVE DEL PLAN DE ESTUDIOS

OBJETIVOS GENERALES DEL PLAN DE ESTUDIOS

Formar profesionales en la Mercadotecnia y las Ventas que identifiquen las oportunidades de negocio con un enfoque glocal distinguiendo correctamente los distintos segmentos, desarrollando las técnicas de mayor impacto para las diferentes categorías de productos y servicios. Capaces de implementar las tecnologías de información y comunicación en nuevos modelos de negocio que representen una ventaja competitiva en el mercado local y regional, respaldando las diversas estrategias de marca.

PERFIL DEL EGRESADO

Al concluir el programa académico, los egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia y Ventas obtendrán una formación integral caracterizada por los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia y Ventas contará con los siguientes conocimientos:

- Fundamentos de Economía
- Conceptos de Matemáticas y Estadística con enfoque para la mercadotecnia.
- Contexto social, político y económico de México y el resto del Mundo.
- Forma en la que están estructuradas las áreas de mercadotecnia en las organizaciones y su funcionamiento.
- Medios por los que se gestiona el personal de ventas y las técnicas para incrementar su desempeño y lograr los objetivos empresariales.
- Los diferentes modelos de administración de las bases de datos de los clientes para su correcta segmentación.

- Etapas del desarrollo de los planes de negocios y de mercadotecnia.
- Esquemas y proyectos de negocios y comercialización internacional.
- Condiciones financieras nacionales e internacionales como contexto de proyectos de negocios.
- Contexto global que impacta el éxito de productos y servicios.
- Marco normativo para la comercialización de productos y servicios.
- Metodologías que permiten la administración de proyectos exitosa.
- Conceptos básicos de las tecnologías de información y comunicación aplicados a la mercadotecnia.
- Fundamentos de las ventas electrónicas.
- Características y modelos para la gestión y desarrollo de la fuerza de ventas.
- Estrategias para la implementación de planes de mercado.
- Nuevas herramientas que potencialicen los objetivos mercadológicos de las organizaciones.
- Tendencias de la comercialización incorporando las TICS.
- Legislación mercantil y de propiedad intelectual que regulan las marcas.
- Técnicas que efficientan el transporte y entrega de mercancías.
- Modelos de diagnóstico de la satisfacción y percepción del cliente sobre productos y servicios.
- Metodologías para la investigación y generación del conocimiento.
- Técnicas actuales en publicidad y relaciones públicas.
- Fundamentos del diseño aplicado a la mercadotecnia.
- Técnicas para la comercialización en el sector industrial.
- Nociones de los conceptos de mercadotecnia digital.
- Conceptos básicos de los indicadores clave del desempeño en la mercadotecnia.
- Modelos de los canales de distribución.
- Enfoques para la creación y gestión de la marca.

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia y Ventas contará con las siguientes habilidades:

- Habilidades para administrar los recursos humanos, financieros y materiales en el punto de venta.
- Diseño de planes estratégicos, tácticos y operativos.
- Utilizar en forma eficiente y eficaz las tecnologías de la informática y de las telecomunicaciones.
- Implementar de manera eficiente técnicas de venta según la respuesta del mercado.
- Negociación y manejo de conflictos.
- Uso de los diversos programas de diseño para la edición de imágenes.
- Incorporar adecuadamente las tecnologías según los objetivos planteados por la organización.
- Reconocer las posibilidades comerciales en el entorno local y aprovechar las ventajas en diversos mercados.
- Analizar el contexto económico global.
- Capacidad de respuesta ante las adversidades del entorno comercial.
- Recopilar información suficiente que le permita una correcta toma de decisiones.
- Obtener información del consumo de los clientes cautivos y potenciales.
- Evaluar el desempeño de las estrategias implementadas.
- Construcción de escenarios a nivel internacional para generar oportunidades comerciales.
- Visión que le permita identificar las acciones socialmente responsables en

organizaciones del siglo XXI.

- Diseño y desarrollo de protocolos de investigación aplicando las técnicas adecuadas para la resolución de problemas.
- Apertura de diálogo local con enfoque global (Glocal).
- Integrar el análisis cuantitativo en las decisiones de mercadotecnia que respalden la asignación de recursos.
- Determinar los precios de productos y servicios en mercados competitivos.
- Visión estratégica para introducir productos verdes al mercado nacional.
- Comunicar las características básicas de la marca.
- Desarrollo de sistemas de información que las organizaciones requieren para adaptarse continuamente a las necesidades del mercado.

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia y Ventas contará con las siguientes actitudes:

- Trabajo interdisciplinario en grupos de trabajo.
- Respeto a las prioridades organizacionales de manera innovadora y propositiva.
- Visión ética y responsable de los negocios.
- Participar de manera comprometida y eficiente en las organizaciones en las que colabora.
- Fomentar el emprendedurismo en nuestro país.
- Pensamiento crítico y analítico.
- Demostrar tolerancia y respeto a la visión y opinión de los otros.
- Conciencia social para que la innovación responda a las necesidades reales del país.
- Responsabilidad ante el consumidor durante el proceso de desarrollo de la idea hasta la comercialización de la misma.
- Reconocimiento de las implicaciones de su desarrollo profesional en el cumplimiento de los objetivos de la empresa.
- Colaboración y cooperación que cohesionan a los equipos de ventas.

	LISTA DE ASIGNATURAS O UNIDADES DE APRENDIZAJE	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		CRÉDITOS	INSTALACIONES
				CON DOCENTE	INDEPENDIENTES		
1º SEMESTRE	Proyecto de Vida y Carrera	LMV101	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Contexto Social Político y Económico de México	LMV102	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Expresión Oral y Escrita	LMV103	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Globalización, Innovación y Cambios Disruptivos	LMV104	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Introducción a la Investigación Comercial y de Mercados	LMV105	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Informática para Negocios	LMV106	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Fundamentos de Mercadotecnia	LMV107	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa

2° SEMESTRE	Estrategias de Segmentación del Consumidor Final	LMV201	NINGUNA	16	120	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Introducción a la Economía	LMV202	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Uso de Aplicaciones Tecnológicas en la Empresa	LMV203	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Introducción a la Administración	LMV204	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Inteligencia de Mercados	LMV205	LMV105	16	120	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Contabilidad Básica	LMV206	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
3° SEMESTRE	Estrategia Comercial	LMV301	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Economía de la Empresa	LMV302	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Publicidad y Relaciones Públicas	LMV303	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Administración de Proyectos	LMV304	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Estrategias de Precio en la Cadena de Valor	LMV305	LMV205	16	120	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Investigación y Análisis del Consumidor	LMV306	NINGUNA	16	120	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Habilidades de Investigación	LMV307	NINGUNA	32	60	5.00	Plataforma Virtual Educativa
4° SEMESTRE	Dinámica Organizacional	LMV401	NINGUNA	16	120	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Administración de Relaciones con el Cliente	LMV402	NINGUNA	16	120	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Estrategias de Productos Verdes	LMV403	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Tendencias Actuales en los Canales de Distribución	LMV404	NINGUNA	16	120	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Estadística Aplicada a la Mercadotecnia	LMV405	NINGUNA	16	120	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Empresas Socialmente Responsables	LMV406	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Diseño para la Mercadotecnia	LMV407	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
5° SEMESTRE	Negociación y Manejo de Conflictos	LMV501	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Análisis Financiero	LMV502	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Derecho Mercantil y Propiedad Intelectual	LMV503	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Diseño de Marca	LMV504	NINGUNA	32	100	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Tendencias Actuales en Intermediarios Mayoristas	LMV505	NINGUNA	16	120	7.00	Plataforma Virtual Educativa

REQUISITOS DE EGRESO

- Haber cubierto el 100% de los créditos de los planes de estudio del programa educativo correspondiente.
- Solicitar y presentar el certificado de terminación de estudios por medio de la certificación.
- Haber realizado el servicio social o prácticas profesionales de conformidad con las normas establecidas.
- Presentar constancia de liberación del servicio social o prácticas profesionales, en los términos.
- Presentar la Constancia de acreditación del idioma.
- Elegir una modalidad de titulación, de acuerdo al instructivo de titulación.

PROPUESTA DE EVALUACIÓN Y ACTUALIZACIÓN PERIÓDICA DEL PLAN DE ESTUDIOS

La evaluación de un plan de estudios permite identificar las necesidades de cambio, establecer los lineamientos para su actualización y el tiempo en el que se debe realizar para que el plan permanezca vigente; es necesaria ya que el desarrollo científico, tecnológico y del propio campo del conocimiento, hace que haya una distancia entre el plan de estudios y las necesidades que las sociedades requieren satisfacer.

Se debe integrar un programa de evaluación de los planes de estudio en donde se determinen los mecanismos para obtener la información sobre la congruencia y la pertinencia de los componentes curriculares, la articulación de los contenidos con el entorno académico, institucional, social y laboral, así como la concreción de las competencias determinadas en el perfil del programa que desarrolla el egresado.

Evaluación Interna

Para realizar la evaluación interna, se toman en cuenta los resultados obtenidos en la evaluación formativa, los acuerdos de las reuniones académicas con docentes (Coordinadores, Jefe de carrera y docentes) y las evaluaciones permanentes del desarrollo de los programas de asignatura.

Los elementos técnicos de congruencia interna que se sugiere evaluar son:

- Los objetivos generales del plan, confrontados con los fundamentos y con el perfil de egreso propuesto.
- La viabilidad del plan en relación con los recursos, tanto materiales como humanos, y si son suficientes para cumplir los objetivos propuestos.
- La continuidad e integración del plan, la cual confronta los objetivos de los cursos con los objetivos del plan.

Evaluación Externa

Será considerada parte de la evaluación externa el análisis del mercado laboral que permitirá recopilar información sobre las necesidades y exigencias de las organizaciones con respecto a las funciones y niveles de calidad esperados en el desarrollo de los egresados de cada programa.

Los elementos de congruencia externa que se sugiere evaluar son:

- El análisis de las funciones que debe cumplir la persona que egresa del plan de

	Gestión de Personal de Ventas	LMV506	NINGUNA	32	60	5.00	Plataforma Virtual Educativa
6° SEMESTRE	Comercio Electrónico	LMV601	NINGUNA	32	100	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Canales de Venta Minoristas	LMV602	LMV502	16	120	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Marketing de Relaciones	LMV603	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Comunicación Integral de Marca	LMV604	NINGUNA	16	120	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Estrategias de Segmentación para el Sector Industrial	LMV605	NINGUNA	16	120	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Planeación Estratégica de Mercadotecnia	LMV606	NINGUNA	16	120	7.00	Plataforma Virtual Educativa
7° SEMESTRE	Estrategias en la Administración de Ventas Minoristas	LMV701	NINGUNA	16	120	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Análisis de Datos Masivos para la Innovación	LMV702	NINGUNA	32	100	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Habilidades Gerenciales	LMV703	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Planeación, Ejecución y Control de Mercadotecnia	LMV704	NINGUNA	16	120	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Mercadotecnia Digital	LMV705	NINGUNA	32	100	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Entorno Internacional de las Empresas de Mercadotecnia	LMV706	NINGUNA	16	120	7.00	Plataforma Virtual Educativa
8° SEMESTRE	Seminario de Investigación	LMV801	NINGUNA	32	100	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Ética Profesional	LMV802	NINGUNA	16	80	5.00	Plataforma Virtual Educativa
	Seminario de Administración de Ventas	LMV803	NINGUNA	32	100	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Seminario de Promoción y Publicidad Estratégica	LMV804	NINGUNA	32	100	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Seminario de Indicadores de Mercadotecnia	LMV805	LMV705	32	100	7.00	Plataforma Virtual Educativa
	Incubación de Empresas	LMV806	NINGUNA	32	100	7.00	Plataforma Virtual Educativa

992	4860	305
-----	------	-----

REQUERIMIENTOS PARA ACREDITAR LA LICENCIATURA			
# ASIGNATURAS	HORAS CON DOCENTE	INDEPENDIENTES	CRÉDITOS
51 OBLIGATORIAS	992	4860	305
TOTALES	992	4860	305

estudios.

- La revisión de los mercados de trabajo donde se identifican las demandas, las necesidades del campo laboral y los índices de desempleo en este campo.
- El papel del egresado en la solución de los problemas reales de la comunidad a la cual dedica sus capacidades.
- Evaluación del estado de los recursos materiales e infraestructura.
- Evaluación de contenidos y bibliografía de las asignaturas.

El seguimiento de egresados permite evaluar la pertinencia, suficiencia y actualidad del plan y programas de estudios en las instituciones de educación superior, para mejorar su calidad al verificar el logro de los objetivos del programa, el desarrollo del perfil del egresado y su pertinencia en el campo laboral.

De acuerdo con el "Esquema básico para estudios de egresados en educación superior", se sugiere que, para integrar un sistema de información y análisis del perfil sociocultural, económico y académico de los estudiantes para el seguimiento de egresados, podrán llevarse a cabo las siguientes acciones:

- 1^{er} año de egreso: Censo de egresados: formación recibida vs. situación laboral al finalizar o durante los estudios.
- 2^o año de egreso: Encuesta de inserción laboral: tiempo y características del primer empleo y del actual. Consecución de estudios.
 - El acceso al primer empleo:
 - Tiempo transcurrido para la obtención del primer empleo.
 - Medio para la obtención del primer empleo (bolsa de trabajo, contactos personales, avisos, etcétera).
 - Las características del primer empleo:
 - Salario.
 - Puesto desempeñado.
 - Sector económico de la organización.
 - Tipo de organización (pública o privada).
 - Tipo de actividad (dependiente o independiente).
 - Posición jerárquica en la organización, etcétera.
- 3^{er} a 5^o año de egreso: Encuesta de trayectoria laboral: Situación laboral, competencias desarrolladas, competencias faltantes, formación a lo largo de la vida.
 - Número de empleos.
 - Periodos y duración de ocupación/desocupación laboral.
 - Tipo de puestos desempeñados.
 - Experiencia internacional.
 - Logros o reconocimientos obtenidos en su campo profesional, etcétera.

Es pertinente crear un observatorio de seguimiento de egresados como herramienta de vinculación entre los actores del proceso educativo con el entorno social y laboral, que permita desarrollar estrategias para mantener la calidad y pertinencia de los planes de estudios, los procesos formativos, identifique necesidades académicas y profesionales creando mecanismos de intervención, así como espacios de formación y actualización.

Los resultados obtenidos en las evaluaciones, deberán ser presentados de tal manera que se evidencie la pertinencia de:

- Los objetivos generales del plan.

- Los fundamentos del plan de estudios.
- El perfil de egreso propuesto.
- La viabilidad del plan en relación con los recursos, tanto materiales como humanos.
- La continuidad e integración del plan.
- La interrelación entre las asignaturas del plan para el logro de los objetivos y perfiles.
- La vigencia del plan; su actualidad respecto del perfil profesional y de los avances en el campo científico, social, disciplinario, psicológico y pedagógico.
- La formación del egresado para hacer frente a las funciones que le demanda el puesto que desempeña.
- De la formación con los mercados de trabajo donde se identifican las demandas.
- Del papel del egresado en la solución de los problemas reales de la comunidad.

Los resultados deberán ser fuente confiable para la toma de decisiones tales como, ajustar, actualizar, modificar o ampliar el plan de estudios y sus programas.

Además la Evaluación del desempeño docente será parte fundamental del proceso de la propuesta de evaluación.

La evaluación del desempeño supone una alta especialización de conocimiento técnico de quienes asumen esta responsabilidad, por lo que las universidades deberían proporcionar las condiciones para contar con la supervisión de especialistas, si fuera el caso, y el desarrollo de programas de formación profesional *ad hoc*, o mínimamente, procurar para los encargados de la actividad, condiciones de intercambio y acompañamiento de otros académicos con responsabilidades similares.

La evaluación del desempeño docente se obtendrá a través de cuestionarios aplicados a los tres actores en el proceso educativo: las autoridades, los estudiantes y la autoevaluación de los profesores.

Criterios para evaluar

- 1) Dominio de la asignatura o formación de los docentes.
- 2) Metodología de enseñanza, que incluye tanto la organización y preparación de la clase como la profundidad y pertinencia de los contenidos.
- 3) Relación entre el profesor y los estudiantes, en la que se incluye la motivación que el primero logra imprimir en los segundos.
- 4) Exposición y conducción de clase.
- 5) Transmisión de valores.
- 6) Cumplimiento de obligaciones.

Es convenientes considerar las condiciones en las que tiene lugar la enseñanza, el escrutinio de los resultados del aprendizaje de los estudiantes, la reflexión sobre la pertinencia de la formación profesional o del modelo educativo, que pueden enriquecer los planteamientos de cómo se enfrenta la valoración del desempeño docente.

Considerando lo anterior, la vigencia y/o actualización del plan de estudio será al término de la primera generación y posterior cada 5 años.

NOMBRE Y FIRMA DEL RESPONSABLE
DEL PLAN DE ESTUDIOS

NOMBRE Y CARGO DEL SERVIDOR PÚBLICO
FACULTADO PARA EL REGISTRO DEL PLAN DE
ESTUDIOS

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y VENTAS

MODALIDAD NO ESCOLARIZADA

Semestre	CREDITOS																	
	Obligación	O	TIP															
1º Semestre	LMV101																	
	16	80	5.00	10	80	5.00	16	80	5.00	16	80	5.00	16	80	5.00	16	80	5.00
2º Semestre	LMV102																	
	16	120	7.00	16	80	5.00	16	80	5.00	16	80	5.00	16	120	7.00	16	80	5.00
3º Semestre	LMV103																	
	16	80	5.00	16	80	5.00	16	80	5.00	16	120	7.00	16	120	7.00	32	60	5.00
4º Semestre	LMV104																	
	16	120	7.00	16	120	7.00	16	80	5.00	16	120	7.00	16	120	7.00	16	80	5.00
5º Semestre	LMV105																	
	16	80	5.00	16	80	5.00	16	80	5.00	32	100	7.00	16	120	7.00	32	60	5.00
6º Semestre	LMV106																	
	32	100	7.00	16	120	7.00	16	80	5.00	16	120	7.00	16	120	7.00	16	120	7.00
7º Semestre	LMV107																	
	16	120	7.00	32	100	7.00	16	80	5.00	16	120	7.00	32	100	7.00	16	120	7.00
8º Semestre	LMV108																	
	32	100	7.00	16	80	5.00	32	100	7.00	32	100	7.00	32	100	7.00	32	100	7.00

HD	112
HI	556
HE	872
CE	35.00

HD	96
HI	560
HE	864
CE	34.00

HD	125
HI	620
HE	740
CE	30.00

HD	112
HI	720
HE	832
CE	43.00

HD	125
HI	556
HE	868
CE	34.00

HD	113
HI	600
HE	772
CE	45.00

HD	126
HI	640
HE	760
CE	40.00

HD	176
HI	580
HE	736
CE	40.00

HD	92
HI	400
HE	584
CE	30.00

