

Mercadotecnia

PERÍODO ACADÉMICO

1	Matemáticas I	Administración de Empresas	Mercadotecnia	Introducción a la Economía	Lenguaje I	Realidad Nacional
2	Matemáticas II	Comportamiento y Antropología del Consumidor	Contabilidad Financiera	Computación Aplicada a la Mercadotecnia	Legislación Empresarial y Laboral	Realidad Mundial
3	Matemáticas III	Gestión de Mercadotecnia	Contabilidad de Costo	Estadística I	Comunicación Integrada a Medios Digitales	Metodología de la Investigación
4	Gestión de Medios de Comunicación	Control y Presupuesto	Logística Integral y Cadena de Abastecimiento	Estadística II	Investigación de Mercado	Cátedra de la Paz
5	Finanzas a Corto Plazo	Métodos Cuantitativos para la Mercadotecnia	Investigación de Mercado Aplicada	Venta al Detalle / Merchandising	Práctica 1: Departamento de Mercadotecnia	Marketing de Servicios
6	E-commerce	Gerencia de Productos y Marcas	Finanzas a Largo Plazo	Mercadotecnia Estratégica	Práctica de Servicio Comunitario	Inglés de Negocios I
7	Canales y Trade Marketing	Creación de Empresas	Mercadotecnia Relacional	Ética en la Empresa	Gestión de Talento Humano	Gestión Estratégica
8	Formulación y Evaluación de Proyectos	Gerencia de Ventas local e Internacional	Simulación de Negocios	Práctica 2: Departamento de Mercadotecnia	Proyecto de Titulación	
	UNIDAD BÁSICA	UNIDAD PROFESIONAL	UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR			

RPC-SO-13-No.252-2020



Perfil Profesional

El licenciado en Mercadotecnia de la UDR está capacitado para liderar los procesos estratégicos de generación de valor dentro de las organizaciones, a partir del desarrollo de ofertas de mercado, tangibles o intangibles, adaptadas a las necesidades y tendencias que marcan el comportamiento de los consumidores. Posee un alto sentido de liderazgo, visión empresarial, creatividad, pensamiento estratégico y capacidad analítica para comprender las realidades de los mercados y proveer soluciones en las áreas de influencia de la mercadotecnia, tales como: Investigación de mercados, estrategias de marketing, comunicación, ventas, marketing relacional y emprendimiento.

Campo Ocupacional

Las funciones y roles que desempeñarán los profesionales en Mercadotecnia serán:

- Analista de marketing, coordinador de trade marketing, coordinador comercial, jefe de producto, jefe de marca, gerente de marketing, director de marketing.
- Estratega comunicacional, gestor de medios publicitarios off-line y on-line, gerente de comunicación corporativa, gerente de marketing digital, gerente de e-commerce.
- Asesor comercial, ejecutivo de atención al cliente, supervisor de ventas, jefe o gerente de distribución.
- Líder de proyectos de investigación cualitativa y cuantitativa, asesor de inteligencia de mercados y Benchmarking, gerente de investigación de mercados.

Historia de la UDR

En 1996 como resultado de la reflexión sobre la realidad académica universitaria se crea el primer campus Internacional de una Universidad extranjera en Guayaquil, teniendo a Chile como referente para este proceso, que se planteaba como disruptivo, a finales del siglo 20. Fue así como un grupo de guayaquileños, empresarios y profesionales, quienes exploraron la posibilidad de ofrecer educación superior sin fines de lucro, de elevada calidad humana y académica que respondiera a las nuevas necesidades de profesionales que la globalización y el desarrollo de nuevas tecnologías estaba aportando a la sociedad. Esta visión compartida de globalidad permitió tener por más de dos décadas al Campus Guayaquil de la USM.

En el 2018, dado el contexto educativo existente en el país y con el mismo espíritu fundacional deja de ser un Campus para convertirse en lo que hoy es la Universidad del Río-UDR quien está siendo acompañada por la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso-Chile, institución con más de 90 años de trayectoria y ubicada en los mejores sitios a nivel latinoamericano por las diferentes organizaciones dedicadas a medir la calidad académica.

