



Pregrado en

MERCADEO GLOBAL



Descripción del programa

El programa de Mercadeo Global de la Universidad Autónoma de Occidente, tiene como objetivo general formar profesionales creativos, emprendedores, con responsabilidad social, capacidad de relacionarse y trabajar en equipo. Competentes para identificar oportunidades de negocios y ofrecer satisfactores acordes con las necesidades de los mercados actuales y potenciales en el ámbito regional, nacional e internacional, fundamentado en el conocimiento del mercadeo, negocios internacionales y el proceso investigativo; para generar relaciones de intercambio en el largo plazo bajo los principios del desarrollo sostenible y apoyado en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

El programa contribuye al desarrollo fundamental del entendimiento y comprensión del mercadeo empresarial, con un enfoque metodológico interrelacionado que permite una cabal comprensión de las partes activas en el campo del mercadeo y las ventas dentro de la compañía. Provee, en este sentido, un marco de conocimiento que asistirá al especialista en la toma de decisiones y en el desarrollo de sus habilidades y su carrera gerencial.

En este orden, el programa funciona dentro de un balance cuidadoso entre las aproximaciones teóricas y prácticas, basadas en una especial comprensión de la coyuntura actual en el entorno general del país y sus relaciones con la situación internacional. Se hará énfasis en el estudio de casos y aplicaciones específicas al área de trabajo del estudiante o casos de simulación.

El marco teórico permitirá entender la rápida situación cambiante del mercadeo a que está expuesta una empresa, en el sentido de que lo apropiado para unas circunstancias determinadas podrá no funcionar en otras, por lo cual tendrá presente la necesidad de conservar un espíritu permanente abierto a las nuevas ideas y técnicas que emergen en el tiempo. Entenderá de igual manera el efecto de los cambios en las políticas gubernamentales sobre los planes y políticas de mercadeo.

La intención esencial estará dirigida hacia la comprensión, que un adecuado manejo del mercadeo es absolutamente necesario para la supervivencia y el crecimiento de las empresas, entendiendo estrictamente que una compañía tiene una responsabilidad clara y definida hacia sus empleados, clientes, accionistas y sociedad en general.

TOTAL CRÉDITOS
141 créditos

TOTAL ASIGNATURAS
47 asignaturas

Los Núcleos Integradores del programa, serán un espacio articulador de saberes y problemas de la realidad. Por lo tanto, organiza la experiencia del proceso de enseñanza y aprendizaje en actividades integradoras de conocimientos, capacidades, actitudes y valores en torno a una problemática específica, para potenciar y propiciar el aprendizaje activo a través de la reflexión, la creatividad, la crítica, la investigación, la innovación y el trabajo colaborativo. Su núcleo es el problema, asumido no solamente como ruptura o tensión, sino también como oportunidad para la transformación.

En estos espacios se ubica al estudiante en contacto directo con la realidad empresarial y social de la región y/o el país, a través de actividades probadas en el mundo académico universitario como:

Diagnóstico de situaciones empresariales de marketing.

Planes de acción en respuesta a los diagnósticos.

Combinación de las diferentes variables operativas, para llevar a la acción, el diagnóstico y el plan.

Estas actividades se pueden desarrollar bajo la modalidad de pasantía, a través de asesoría y/o consultoría o bajo la modalidad de práctica universitaria.



Perfil del Estudiante

El egresado del Programa de Mercadeo Global, estará facultado para asumir la gestión integral del marketing en organizaciones de todo tipo de actividad y tamaño, con una visión focalizada en el consumidor, independientemente de su decisión estratégica de operar en contextos de mercado locales, regionales, nacionales o internacionales.

Su capacidad para desarrollar propuestas de valor al mercado que aseguren relaciones de intercambio con clientes a largo plazo, bajo los principios del desarrollo sostenible y apoyado en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, le asegurarán una eficiente gestión de todas y cada una de las variables de la acción estratégica de marketing. Apoyado en el trabajo interdisciplinario colaborativo y, la toma proactiva y asertiva de decisiones, tanto en lo estratégico como en lo táctico/operacional del modelaje de marketing.





Plan de estudios

Comunicación Oral y Escrita - 4 créditos

Cálculo Diferencial e Integral en una Variable - 3 créditos

Comercio Exterior - 2 créditos

Comunicaciones de Marketing - 3 créditos

Creatividad, innovación y Emprendimiento - 3 créditos

Customer Experience - 3 créditos

Derecho Comercial - 3 créditos

Desarrollo Personal - 2 créditos

Electiva I - 3 créditos

Electiva II - 3 créditos

Electiva III - 3 créditos

Electiva IV - 3 créditos

Electiva V - 3 créditos

Electiva Comunicación Oral y Escrita - 3 créditos

Electiva Emprendimiento - 3 créditos

Electiva en Humanidades - 3 créditos

Estadística Descriptiva e Inferencial - 4 créditos

Finanzas Internacionales - 3 créditos

Finanzas para Marketing - 3 créditos

Formación Ciudadana I: Identidades y Pluralismo - 3 créditos

Formación Ciudadana II: Sociedad y Estado - 3 créditos

Formación Ciudadana III: Paz y Convivencia - 3 créditos

Formulación del Anteproyecto en Mercadeo - 3 créditos

Fundamentos de Economía - 3 créditos

Fundamentos de Matemáticas - 3 créditos

Fundamentos de Mercadeo - 3 créditos

Gestión Comercial: Ventas y Distribución - 3 créditos

Gestión de Organizaciones - 3 créditos

Gestión de Organizaciones Sostenibles - 3 créditos

Gestión de Producto - 3 créditos

Gestión Integral del Marketing - 4 créditos

Inglés I - 3 créditos

Inglés II - 3 créditos

Inglés III - 3 créditos

Inglés IV - 3 créditos

Inglés V - 3 créditos

Inteligencia de Mercados - 3 créditos

Investigación Cualitativa del Consumidor - 3 créditos

Logística Internacional - 3 créditos

Mercadeo Internacional - 3 créditos

Negociación Intercultural - 2 créditos

Posicionamiento y Competitividad - 3 créditos

Pricing - 3 créditos

Proyecto Integrador I - 3 créditos

Proyecto Integrador II - 3 créditos

Segmentación y Targeting - 3 créditos

Trabajo de Grado - 3 créditos