



CARRERA DE MARKETING

TURNO: LUNES A VIERNES | SABATINO | DOMINICAL

MODALIDAD: PRESENCIAL | VIDEOCONFERENCIAS EN VIVO

DURACIÓN: 4 AÑOS

Hyflex



La Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Mercadeo en UCEM es un programa de estudios dinámico y contemporáneo, diseñado para proporcionar una educación completa en la gestión de negocios con un enfoque especial en mercadeo. Este programa equilibra habilidades directivas fundamentales con conocimientos avanzados en inteligencia de mercados, comercio electrónico y branding, preparando a los estudiantes para liderar en el cambiante mundo del marketing digital y tradicional.

Centrada en una comprensión profunda del comportamiento del consumidor, la carrera empodera a los estudiantes para desarrollar estrategias de marketing innovadoras y efectivas, adaptadas a las tendencias actuales y futuras del mercado. Los estudiantes aprenden a analizar y responder a las necesidades y deseos de los consumidores, utilizando datos y análisis de mercado para tomar decisiones informadas.

Además, el programa enfatiza la importancia de las habilidades de dirección empresarial. Los estudiantes se forman en liderazgo, toma de decisiones, gestión de equipos y planificación estratégica, habilidades esenciales para manejar con éxito departamentos de marketing y contribuir a la dirección general de una empresa.



FORTALEZAS DE NUESTRO PROGRAMA

El plan de estudios de la Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Mercadeo de la Universidad UCEM se distingue por su enfoque integral y contemporáneo, diseñado para preparar a los estudiantes para enfrentar con éxito los desafíos del mercado laboral actual. Las características destacadas de este programa incluyen:

- **Enfoque Contemporáneo:** El currículo se mantiene actualizado con la inclusión de temas relevantes como el comercio electrónico, branding y marketing digital, asegurando que los estudiantes estén al tanto de las tendencias y prácticas actuales en el campo del marketing.
- **Desarrollo de Habilidades Directivas y Analíticas:** Se logra un equilibrio entre la enseñanza de habilidades de gestión empresarial y el análisis crítico de mercado y comportamiento del consumidor. Esto permite a los estudiantes adquirir una comprensión profunda tanto de la teoría como de la práctica de la administración de negocios.
- **Práctica Aplicada:** El programa enfatiza la importancia de la experiencia práctica, mediante la inclusión de prácticas de familiarización y especialización. Esto fomenta el aprendizaje aplicado y proporciona a los estudiantes una valiosa oportunidad para aplicar sus conocimientos en escenarios del mundo real.
- **Preparación para Diversos Roles Profesionales:** Los estudiantes son equipados con las habilidades y conocimientos necesarios para desempeñar una amplia gama de roles en el ámbito del marketing y los negocios, ampliando sus perspectivas de carrera y empleabilidad.
- **Formación Integral:** El plan de estudios combina los fundamentos de la administración, economía y finanzas con una especialización en marketing, ofreciendo una educación holística que prepara a los estudiantes para comprender y gestionar diversos aspectos del negocio.





PERFIL DE EGRESADO



El perfil del egresado de la Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Mercadeo de UCEM refleja un profesional con una base sólida en marketing y habilidades estratégicas de negocios. Estos graduados destacan por su capacidad para:

- **Desarrollo de Propuestas de Valor Únicas:** Tienen la habilidad de crear propuestas de valor innovadoras y orientadas al cliente, dirigidas a satisfacer las necesidades del consumidor y a generar rentabilidad para las empresas.
- **Aplicación de Investigación del Consumidor en Marketing:** Utilizan eficazmente los hallazgos de la investigación científica del consumidor y los modelos de medición de la percepción de valor para formular estrategias de marketing eficaces y basadas en datos.
- **Análisis de Tendencias y Soporte de Decisiones de Marketing:** Son capaces de analizar tendencias macro y microeconómicas, del mercado y de la competencia, estableciendo sistemas de soporte que guíen las decisiones de marketing.
- **Formulación de Planes Estratégicos de Marketing:** Con una formación robusta en economía y administración, están equipados para diseñar planes estratégicos de marketing que contribuyan al logro de los objetivos corporativos.
- **Gestión y Liderazgo en Marketing:** Poseen competencias en la gestión de equipos y proyectos de marketing, liderando iniciativas que promueven el crecimiento y la innovación en las organizaciones.

En conjunto, el graduado de esta carrera es un profesional del marketing integral, preparado para enfrentar los desafíos del mercado actual con creatividad, análisis crítico y una visión estratégica, contribuyendo significativamente al éxito y la sostenibilidad de las empresas en las que se desempeñan.



CAMPO LABORAL

- **Consultor de Empresas:** Asesorando a organizaciones en estrategias de marketing y desarrollo de negocios.
- **Investigador de Mercados:** Realizando análisis de mercado para informar decisiones estratégicas.
- **Gerente de Mercadeo:** Dirigiendo las actividades de marketing en una empresa.
- **Director Comercial:** Liderando y gestionando el departamento comercial de una organización.
- **Gerente de Ventas:** Supervisando equipos de ventas y estrategias para impulsar ingresos.
- **Gerente de Productos:** Gestionando el ciclo de vida de los productos, desde el desarrollo hasta la venta.
- **Profesional Independiente:** Empezando en consultoría o iniciativas propias en el ámbito del marketing.
- **Docente Universitario:** Enseñando y guiando a futuros profesionales en el campo del mercadeo.
- **Especialista en Marketing Digital:** Desarrollando y ejecutando estrategias de marketing en plataformas digitales.
- **Analista de Branding y Comunicación:** Creando y gestionando la identidad y la imagen de marca de las empresas.
- **Especialista en Experiencia del Cliente:** Diseñando estrategias para mejorar la satisfacción y fidelización del cliente.
- **Gerente de Relaciones Públicas:** Gestionando la comunicación y la imagen pública de la organización.
- **Analista de Tendencias de Consumo:** Identificando y analizando tendencias para anticipar cambios en el mercado.
- **Coordinador de Eventos y Promociones:** Organizando eventos y campañas promocionales para impulsar la marca.



1° AÑO

• I Cuatrimestre

- Comunicación Efectiva
- Matemática
- Contabilidad I
- Administración I

• II Cuatrimestre

- Informática
- Administración II
- Principios de Economía
- Contabilidad II

• III Cuatrimestre

- Análisis Socioeconómico de Nicaragua
- Estadística I
- Matemática Financiera
- Contabilidad de Costos I

2° AÑO

• IV Cuatrimestre

- Ética Profesional
- Microeconomía
- Estadística II
- Contabilidad de Costos II

• V Cuatrimestre

- Redacción Técnica I
- Macroeconomía
- Derecho Mercantil
- Gestión del Talento Humano I

• VI Cuatrimestre

- Derecho Laboral
- Informática Aplicada
- Redacción Técnica II
- Gestión del Talento Humano II
- Prácticas de Familiarización I

3° AÑO

• VII Cuatrimestre

- Mercadeo
- Finanzas I
- Derecho Fiscal
- Análisis de Producción de Marketing

• VIII Cuatrimestre

- Formulación y Evaluación de Proyectos
- Marketing Digital
- Finanzas II
- Gerencia de Ventas

• IX Cuatrimestre

- Estrategias y Políticas Empresariales
- Psicología del Consumidor
- Mercadeo Publicitario
- Investigación de Mercados
- Prácticas de Familiarización II

4° AÑO

• X Cuatrimestre

- Publicidad Gráfica
- Marketing Internacional
- Responsabilidad Social Corporativa
- Mercadeo de Servicios

• XI Cuatrimestre

- Marketing Logístico
- Gestión y Control de Calidad I
- Neuromarketing
- Metodología de la Investigación

• XII Cuatrimestre

- Gerencia de Marcas
- Marketing Relacional
- Marketing Estratégico
- Seminario de Tesis
- Prácticas de Especialización
- Tesis Monográfica

