



# LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

MODALIDAD NO PRESENCIAL

## PERFIL DEL PROFESIONAL

### DESCRIPCIÓN

La Licenciatura en Mercadotecnia y Publicidad en Modalidad de Educación No Presencial busca formar las capacidades necesarias para desarrollar una filosofía de la Organización al Servicio del Cliente para satisfacer sus necesidades y lograr los objetivos de la Empresa, conquistar los Mercados, análisis para comprenderlos, así como también para enfrentar grandes cambios en las áreas de planificación, organización y desarrollo de nuevos productos, poniendo en práctica el Análisis de las oportunidades de Mercadeo, establecimiento de objetivos, organización, recursos de mercadeo para la mezcla, creación de la oferta y evaluación y control de actividades de Marketing.

Su base profesional y su habilidad personal le permitirán intercambiar experiencias e ideas con el cliente y consumidores para el fomento de la actividad económica propia de las empresas exitosas que saben posicionarse a través de efectivas estrategias mercadológicas.

### OBJETIVO

- Formar profesionales en el área de la Mercadotecnia y la Publicidad con la que adquieran los conocimientos necesarios para planificar, ejecutar y evaluar planes mercadológico-publicitarios para poder asesorar empresas privadas o gubernamentales en el campo del mercadeo de productos y servicios.

# PERFIL DE INGRESO

## CONOCIMIENTOS

- Orientación al campo de los Negocios
- Conocimientos y Manejo de herramientas de Ofimática

## HABILIDADES

- Negociación
- Aprendizaje de Idiomas
- Tecnológicamente dispuesto
- Buena Comunicación Escrita
- Disposición a comprometer su tiempo y energía con sus estudios

## ACTITUDES

- Buenas Relaciones Interpersonales
- Tendencia al Trabajo en Equipo
- Persona Auto-motivada

# PERFIL DE EGRESO

El licenciado en Mercadotecnia y Publicidad tendrá la capacidad de aplicar las teorías mercadológicas en el contexto del mercado nacional e internacional; identificación, diseño y aplicación de estrategias mercadológicas, ya sea para empresas que ofrecen sus productos o servicios en forma presencial o en línea; formación en el ámbito publicitario con enfoque a la claridad, comprensión y aceptación de los consumidores meta y potenciales utilizando los Medios de Comunicación Masiva; aplicación cuantitativa y cualitativa de la Investigación de Mercados para indagar en la aceptación de los productos y servicios en el Mercado.

# PUESTOS A DESEMPEÑAR

- Gerente de Mercadeo
- Gerente de Ventas
- Gerente de Agencias Publicitarias
- Consultor de Empresas en el área de Mercadeo
- Gestor de Marcas
- Analista e Investigador de Mercados
- Promotor de Nuevos Productos
- Ejecutivo de Mercadeo
- Ejecutivo de Cuentas

# LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

| CICLO          | n.º | CÓDIGO | ASIGNATURA  | UV         | PRERREQUISITO  |
|----------------|-----|--------|---|------------|--|
| I              | 1   | TAD1   | Teoría Administrativa I                               | 4          | Bachiller  |
|                | 2   | IEC1   | Introducción a la Economía I                          | 4          | Bachiller  |
|                | 3   | ING1   | Inglés I  | 4          | Bachiller  |
|                | 4   | ETIO   | Ética   | 4          | Bachiller  |
|                | 5   | SONO   | Sociedad de la Información                            | 4          | Bachiller  |
| II             | 6   | TAD2   | Teoría Administrativa II                              | 4          | Teoría Administrativa I                              |
|                | 7   | IEC2   | Introducción a la Economía II                         | 4          | Introducción a la Economía I                         |
|                | 8   | ING2   | Inglés II   | 4          | Inglés I   |
|                | 9   | LPRO   | Lógica Proposicional                                  | 4          | Bachiller  |
|                | 10  | TIC1   | Tecnologías de la Información y las Comunicaciones I  | 4          | Bachiller  |
| III            | 11  | MER1   | Mercadotecnia I                                       | 4          | Teoría Administrativa II                             |
|                | 12  | COF1   | Contabilidad Financiera I                             | 4          | Bachiller  |
|                | 13  | REOO   | Redacción y Ortografía                                | 4          | Bachiller  |
|                | 14  | MAFO   | Matemática Financiera                                 | 4          | Lógica Proposicional                                 |
|                | 15  | TIC2   | Tecnologías de la Información y las Comunicaciones II | 4          | Tecnologías de la Información y las Comunicaciones I |
| IV             | 16  | MAT1   | Matemática I  | 4          | Lógica Proposicional                                 |
|                | 17  | PYP1   | Publicidad y Promoción I                              | 4          | Mercadotecnia I                                      |
|                | 18  | FCAO   | Filosofía de la Calidad                               | 4          | Bachiller  |
|                | 19  | ARH1   | Administración de Recursos Humanos I                  | 4          | Teoría Administrativa II                             |
|                | 20  | CGEO   | Cultura General                                       | 4          | Bachiller  |
| V              | 21  | INPO   | Introducción a la Psicología                          | 4          | Bachiller  |
|                | 22  | MER2   | Mercadotecnia II                                      | 4          | Mercadotecnia I                                      |
|                | 23  | CEMO   | Comunicación Empresarial                              | 4          | Teoría Administrativa I                              |
|                | 24  | LEM1   | Legislación Empresarial I                             | 4          | Teoría Administrativa II                             |
| VI             | 25  | EMKO   | E-Marketing   | 4          | Mercadotecnia II                                     |
|                | 26  | PYP2   | Publicidad y Promoción II                             | 4          | Publicidad y Promoción I                             |
|                | 27  | EST1   | Estadística I   | 4          | Matemática I   |
|                | 28  | LEM2   | Legislación Empresarial II                            | 4          | Legislación Empresarial I                            |
| VII            | 29  | MPMO   | Manejo de Personal de Mercadeo                        | 4          | Administración de Recursos Humanos I                 |
|                | 30  | GDBO   | Gestión de Branding                                   | 4          | Publicidad y Promoción II                            |
|                | 31  | PYP3   | Publicidad y Promoción III                            | 4          | Publicidad y Promoción II                            |
|                | 32  | EST2   | Estadística II  | 4          | Estadística I  |
|                | 33  | IDMO   | Investigación de Mercados                             | 4          | Estadística I  |
| VIII           | 34  | MER3   | Mercadotecnia III                                     | 4          | E-Marketing  |
|                | 35  | MTIO   | Metodología para Trabajos de Investigación            | 4          | Estadística I  |
|                | 36  | ICUO   | Investigación Cualitativa                             | 4          | Investigación de Mercados                            |
|                | 37  | MTPO   | Muestreo Estadístico y Técnicas de Proyección         | 4          | Estadística II                                       |
|                | 38  | TACO   | Técnicas Aduaneras y Cambiarias                       | 4          | Legislación Empresarial II                           |
| IX             | 39  | ASE1   | Asignatura Electiva I                                 | 4          | Ver Tabla de Asignaturas Electivas                   |
|                | 40  | CICO   | Comercio Intercentroamericano                         | 4          | Técnicas Aduaneras y Cambiarias                      |
|                | 41  | EACO   | Estudio y Análisis del Consumidor                     | 4          | Investigación Cualitativa                            |
|                | 42  | ASE2   | Asignatura Electiva II                                | 4          | Ver Tabla de Asignaturas Electivas                   |
|                | 43  | EPMO   | Elaboración de Proyectos de Mercadeo                  | 4          | Muestreo Estadístico y Técnicas de Proyección        |
| X              | 44  | MITO   | Mercadeo Internacional                                | 4          | Mercadotecnia III                                    |
|                | 45  | GEMO   | Gestión Empresarial                                   | 4          | Metodología para Trabajos de Investigación           |
|                | 46  | ASE3   | Asignatura Electiva III                               | 4          | Ver Tabla de Asignaturas Electivas                   |
|                | 47  | ASE4   | Asignatura Electiva IV                                | 4          | Ver Tabla de Asignaturas Electivas                   |
| <b>TOTALES</b> |     |        |   | <b>188</b> |  |

## TABLA DE ASIGNATURAS ELECTIVAS (ASE)

| CICLO | CÓDIGO | ASIGNATURA                          | UV | PRERREQUISITO                 |
|-------|--------|-------------------------------------|----|-------------------------------|
| IMPAR | AVEO   | Administración de Ventas y Créditos | 4  | Mercadotecnia I               |
|       | LGIO   | Logística                           | 4  | Mercadotecnia I               |
|       | CAMO   | Ciencias Auxiliares del Mercadeo    | 4  | Mercadotecnia III             |
| PAR   | MKPO   | Marketing Político                  | 4  | Mercadotecnia III             |
|       | OYMO   | Organización y Métodos              | 4  | Teoría Administrativa II      |
|       | GECO   | Geografía Económica                 | 4  | Introducción a la Economía II |

# CONTACT CENTER

📍 Edificio de Atención al Estudiante,  
1er. Nivel, Condominio Centro  
Roosevelt, 55 Av. Sur, entre  
Alameda Roosevelt y Av. Olímpica,  
San Salvador.

✉ contactcenter@ufg.edu.sv  
📷 nuevo\_ingresoufg  
☎ 2209-2834  
📞 7554-1471

# CENTRO REGIONAL DE OCCIDENTE

📍 Final 9a. Calle Poniente entre  
18 y 20 Av. Sur, Santa Ana.

✉ registrocro@ufg.edu.sv  
☎ 2447-3403 | 2441-2927

