

Licenciatura en
**MERCADOTECNIA
Y DIRECCIÓN DE NEGOCIOS**

ÍTACA, Escuela Superior de Negocios representa una opción joven para aquellos que desean una formación educativa sólida vinculada al mundo de los negocios.

Bajo nuestra óptica, NEGOCIO es toda actividad que se realice dentro del ámbito público, privado o social cuyo fin sea la realización de una actividad productiva de calidad.

La globalización de la economía, la mayor incidencia de la tecnología en los procesos industriales y el impacto de la electrónica en los aspectos productivos, hacen cada vez más necesaria la actualización de los conceptos de la mercadotecnia y dirección de negocios.

El mercadólogo y director de negocios debe de ver la empresa dentro del ambiente total, descubrir que es significativo y tenerlo en cuenta para tomar sus decisiones.





“Sólo hay un bien: el conocimiento,
sólo hay un mal: la ignorancia”

SÓCRATES.

"No existe quien haya nacido sin talento, sólo quien no lo ha descubierto"

WHISPER.





OBJETIVO GENERAL

La Licenciatura en Mercadotecnia y Dirección de Negocios de ÍTACA, forma profesionales capaces de crear y dirigir proyectos de negocios viables. El egresado desarrollará destrezas teórico - prácticas que le permitan identificar las necesidades actuales del mercado y el consumidor a nivel nacional e internacional, en un marco de responsabilidad social.

PERFIL DEL EGRESADO

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia y Dirección de Negocios se desarrollará profesionalmente a través de los siguientes conocimientos, habilidades gerenciales, prácticas empresariales y actitudes:

CONOCIMIENTOS:

- Obtendrá las nociones de mercadotecnia, así como los principios básicos de contabilidad, administración, negocios y derecho;
- Adquirirá las bases que conforman la estructura y funcionamiento de empresas y organizaciones.

HABILIDADES GERENCIALES:

- Adquirirá la capacidad de realizar funciones de dirección que le permitan tomar decisiones a nivel ejecutivo y gerencial;
- Obtendrá aptitudes para desarrollar estrategias de mercadotecnia, acordes a las necesidades del consumidor, a partir de la investigación de mercado;
- Utilizará la tecnología de información para el logro de los objetivos organizacionales.

PRÁCTICAS EMPRESARIALES:

- Vinculará el aprendizaje teórico con la realidad actual que viven día a día las empresas de nuestro país, a través de laboratorios dentro de las organizaciones, los cuales se llevarán a cabo a lo largo de la carrera.

ACTITUDES:

- Ética en el desempeño de su profesión;
- Innovación desde su disciplina al campo de los negocios;
- Emprendedor en la creación de negocios para la satisfacción de las necesidades del país;
- Compromiso con la calidad en la producción de bienes y servicios.

ASIGNATURAS

El plan de estudios requiere la acreditación de 324 créditos agrupados en asignaturas que se organizan en tres áreas:

ÁREA BÁSICA:

En la cual se proporcionan los fundamentos sobre disciplinas económico-administrativas y se prepara al estudiante para las áreas de concentración profesional:

Introducción a la Administración
Principios de Contabilidad
Fundamentos de los Negocios y Economía
Fundamentos de Derecho
Proceso Administrativo
Contabilidad Financiera
Matemáticas Financieras
Marco Legal de las Empresas y las Organizaciones
Estadística
Mercadotecnia
Contabilidad Fiscal
Teoría de las Decisiones
Álgebra
Tecnología Aplicada I a la IV
Creatividad Comercial
Investigación de Mercados
Perfil del Consumidor
Relaciones Públicas
Desarrollo de Nuevos Productos
Mercadotecnia Internacional





“Nada es imposible, para todo existe un método”

TORO, Daniel.

"Lo que importa verdaderamente en la vida no son los objetivos que nos marcamos, si no los caminos que seguimos para lograrlos"

BAMM, Peter.





ÁREA PROFESIONAL:

En la cual se proporcionan las herramientas que permiten un adecuado desempeño en el área de conocimiento que implica la profesión:

Desarrollo y Dirección de Negocios
Negocios Internacionales
Planeación Estratégica
Taller de Habilidades Gerenciales
Seminario de Proyectos de Inversión
Seminario de Liderazgo Empresarial
Estadística Avanzada
Prácticas Empresariales I a la VIII
Sociología del Mercado
Publicidad y Promoción
Ventas y Negociación
Mercadotecnia de Servicios
Fundamentos de Comercio Exterior
Sistemas de Distribución
Decisiones de Producto - Precio
Optativa I a la IV



ÁREA DE INTEGRACIÓN:

En la cual se proporciona el complemento formativo en metodología y cultura general, sello de los egresados ÍTACA. Las asignaturas son teórico - prácticas y seminarios:

Comunicación en los Negocios
Metodología de la Investigación
Historia de la Civilización
Desarrollo y Cultura de los Negocios en México
Posmodernidad, Globalización y Negocios
Psicología de los Negocios
Pensamiento Heurístico
Aprendizaje y Metacognición
Ciencia y Tecnología

ASIGNATURAS OPTATIVAS:

Seminario de Dirección de Negocios I al IV
Tecnologías de la Información para los Negocios I a la IV
Especialidad en Mercadotecnia Internacional I a la IV

Es importante señalar que las áreas se cursan simultáneamente en todos los semestres. La organización por áreas tiene como finalidad establecer un adecuado equilibrio entre los distintos niveles formativos, así como los contenidos de carácter teórico y los de carácter práctico del área profesional específica.

Acuerdo SEP 20081462 del 26 de junio de 2008





ESCUELA
SUPERIOR
DE NEGOCIOS



www.itaca.edu.mx

Porfirio Díaz # 50 Col. San Jerónimo Lídice
México, D.F. C.P. 10200 Tels. 11 63 16 80 / 11 63 16 61
info@itaca.edu.mx