

Plan curricular

MERCADOTECNIA

Duración | Título Otorgado

4 años y medio | Licenciado en
Mercadotecnia

CAMPO OCUPACIONAL

El licenciado en Mercadotecnia de la Universidad del Norte es capaz de gerenciar el área comercial de cualquier organización; de investigar, definir y segmentar mercados, analizando y caracterizando el comportamiento del consumidor e identificando tendencias; de idear estrategias para el desarrollo de productos y servicios orientados al cliente; de diseñar y ejecutar planes de marketing para empresas privadas o públicas, organizaciones lucrativas o no.

Su preparación para estudiar mercados le permitirá detectar tendencias y buscar satisfacer las nuevas necesidades, además de planificar, diseñar y producir campañas publicitarias; podrá gestionar acciones de merchandising, desempeñarse como empresario, consultor de empresas, como académico, entre otras actividades que hacen a la profesión.

MISIÓN

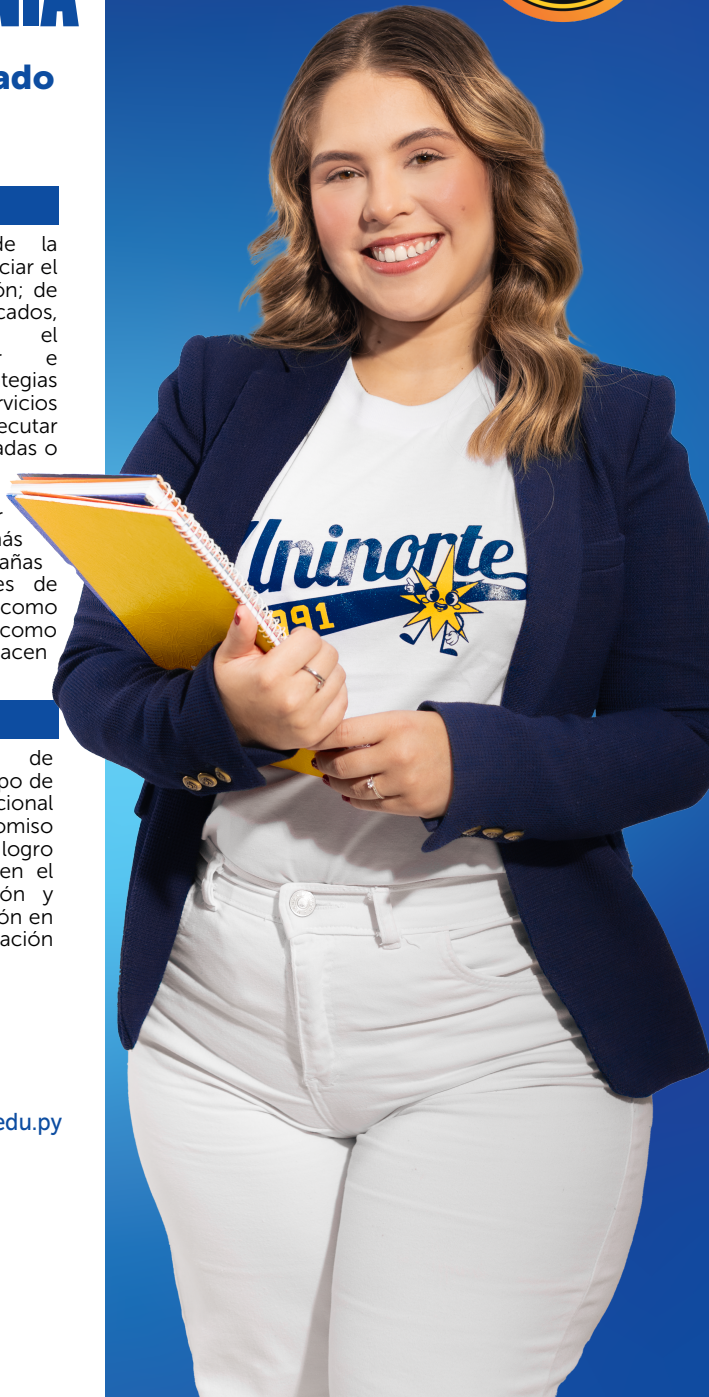
Formar profesionales capaces de desenvolverse eficientemente en el campo de los negocios a nivel nacional e internacional con responsabilidad social y compromiso ético, siendo altamente efectivos en el logro de sus objetivos estratégicos, hábiles en el manejo de tecnologías de información y comunicación, y con una sólida formación en finanzas, marketing, economía, administración y recursos humanos.

Informes e inscripciones:

Call Center | WhatsApp:

(021) 729 4600 - Desde TIGO: *7294

info@uninorte.edu.py | www.uninorte.edu.py



1ER. AÑO

- Comunicación Oral y Escrita
- Economía
- Contabilidad I
- Guaraní
- Matemática I
- Principios de Administración

-
- Comercialización
 - Contabilidad II
 - Legislación Comercial
 - Matemática II
 - Microeconomía

2DO. AÑO

- Comportamiento y Motivación del Consumidor
- Ética y Deontología
- Legislación Laboral
- Marketing Operativo
- Matemática Aplicada
- Tecnología de la Información (TIC's)

-
- Comunicación y Publicidad
 - Informática Aplicada
 - Marketing Avanzado I
 - Matemática Financiera
 - Organización y Métodos - O y M
 - Psicología Organizacional

3ER. AÑO

- Administración de Recursos Humanos
- Diagnóstico y Planificación Financiera
- Estadística
- Inglés
- Realización y Producción Publicitaria

-
- Administración Presupuestaria
 - Investigación de Mercados
 - Marketing Avanzado II
 - Política de Precios
 - Política y Estrategia de Empresas

4TO. AÑO

- Desarrollo y Lanzamiento de Productos
- Emprendedurismo
- Formulación y Evaluación de Proyectos
- Marketing Estratégico
- Métricas del Marketing

-
- Digital Marketing
 - Dirección Comercial
 - Plan de Marketing
 - Taller de Práctica Profesional de Marketing
 - Trade Marketing y Merchandising

5TO. AÑO

- Auditoría de Marketing
- Brand Equity
- Metodología de la Investigación
- Políticas de Distribución
- Taller de Grado

REQUISITOS DE TITULACIÓN:
- Extensión Universitaria
- Trabajo Final de Grado