



La carrera se considera como una alternativa viable para el desarrollo de profesionales únicos en formar estrategias expertos en la mercadotecnia de consumo, de servicios, industrial y otros sectores, para construir marcas y bien posicionadas en un mundo altamente competitivo.

La mercadotecnia es una carrera de futuro por un amplio espectro de trabajo, el egresado es capaz de desarrollarse con éxito en el campo de para plantear, evaluar, analizar e identificar las necesidades y deseos del mercado con técnicas de planeación, organización, dirección, integración y control de las funciones de marketing. Su función es la de servir como un enlace óptimo que permita a la organización atraer, mantener e intensificar las relaciones con los clientes en forma creativa y productiva con estrategias acordes con su posición competitiva y entorno.

Perfil del egresado

- Capacidad de toma de decisiones estratégicas.
- Capacidad de toma de decisiones técnicas y operativas.
- Capacidad de dirigir aspectos comerciales y administrativos en empresas de diferentes sectores económicos.
- Capacidad de asesorar en estrategias y procesos comerciales a empresas o instituciones de diferentes giros.
- Capacidad de manejar planes de negocios, de medios y negociación con proveedores de servicios de marketing.
- Dominio de herramientas de marketing tales como: investigación, diseño de productos, merchandising, retail, etc.
- Conocimiento programas de mercadeo y ventas.
- Conocimiento económico.
- Conocimiento en formular y evaluar proyectos.
- Conocimiento en estudios de mercados.
- Conocimientos en planes de negocios.
- Habilidades en diseño de productos, de marcas, embalajes, etiquetados.
- Conocimiento en formular y evaluar proyectos.
- Conocimiento en estudios de mercados.
- Conocimientos en planes de negocios.
- Habilidades en diseño de productos, de marcas, embalajes, etiquetados.



Ámbito Laboral

- Gerente general de Pymes y Grandes empresas
- Director de mercadeo de Empresas; pequeñas, medianas y grandes del sector privado de producción, industria, comercio y servicio
- Gerente de marca(s)
- Gerente de producto(s) | Gerente de línea(s) de producto(s)
- Gerente de investigación, desarrollo e innovación
- Gerente de publicidad | Gerente de promoción
- Gerente de ventas
- Gerente de terreno
- Supervisor de ventas
- Asesores de mercadeo y ventas
- Ejecutivo de ventas
- Estudiar e investigar mercados
- Emprendedor de pequeñas empresas con énfasis en innovación.

Plan de Estudios

Semestre I

- Administración I
- Geografía e Historia de Nicaragua
- Introducción a la filosofía
- Matemática General
- Técnicas de Lectura, Redacción y Ortografía

Semestre II

- Administración II
- Informática Básica
- Matemática I
- Mercadeo I
- Técnicas de investigación documental

Semestre III

- Contabilidad I
- Introducción a la sociología
- Matemática II
- Mercadeo II
- Metodología de la Investigación

Semestre IV

- Contabilidad II
- Derecho Empresarial I
- Estadística I
- Mercadeo de Servicios
- Seminario de formación integral

Semestre V

- Contabilidad de Costos
- Derecho Empresarial II
- Estadística II
- Matemática Financiera
- Microeconomía

Semestre VI

- Economía Empresarial
- Finanzas I
- Investigación de Mercados I
- Mercadeo Estratégico
- Prácticas de Familiarización

Semestre VII

- Dirección de Ventas I
- Investigación de Mercados II
- Mercadeo Internacional
- Mercadeo Publicitario
- Plan de Mercadeo

Semestre VIII

- Comercio Electrónico
- Dirección de Ventas II
- Gestión de Proyectos I
- Prácticas de Especialización
- Publicidad Gráfica

Semestre IX

- Facultativa de Carrera
- Gestión de Proyectos II
- Investigación Aplicada
- Logística de Mercadeo
- Mercadeo Turístico

Semestre X

- Control y Evaluación del Mercadeo
- Examen de Grado
- Monografía
- Prácticas de Profesionalización
- Proyecto de Graduación
- Seminario de Graduación

DURACIÓN: 5 años

TURNO: Nocturno