

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA DE EL SALVADOR

"DR. LUIS ALONSO APARICIO"
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DIRECCION NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR
ACTUALIZACION DE PLAN DE ESTUDIO
Acuerdo Ejecutivo No. 15-0678 de fecha 28-09-2017
Diario Oficial No. 32 (12-09-2017) Tomo 406
Firma: *[Handwritten Signature]*



PLAN Y PROGRAMAS DE ESTUDIO

LICENCIATURA EN MERCADEO

Modalidad: PRESENCIAL

2014

San Salvador, El Salvador, Centroamérica

[Handwritten notes]
Inscripción 3364
Leontina
17-02-2014

INDICE

	Página
2. Generalidades de la Carrera	1
3. Justificación de la Carrera	2
4. Objetivos de la Carrera	4
5. Perfil del profesional que se pretende formar	4
6. Organización del Pensum	6
Flujograma de la Carrera	9
7. Sistema de Evaluación	12
8. Plazo de Actualización del Plan de Estudios	13
9. Requisitos de Graduación	13
10. Plan de Absorción de la carrera Licenciatura en Mercadeo	14
11. Programas de cada Asignatura	17
12. Anexos	228
- Cuadro Resumen de Profesionales que participaron en el proceso de actualización del plan de estudios.	229
- Formas de inclusión del Contenido del Artículo 11 del Reglamento General de la Ley de Educación Superior en el Plan de Estudio.	230

2. GENERALIDADES DE LA CARRERA

Nombre:	LICENCIATURA EN MERCADEO
Requisitos de ingreso:	Bachiller o poseer un grado equivalente obtenido en el extranjero y reconocido legalmente en el país.
Título a otorgar:	Licenciado/a en Mercadeo
Duración en años y ciclos:	5 años o 10 ciclos académicos
Número de asignaturas:	Cuarenta y cuatro (44)
Número de Unidades Valorativas:	Ciento setenta y tres (173)
Sede donde se imparte:	Ciudad de San Salvador
Unidad Responsable:	Facultad de Ciencias Económicas
Modalidad de entrega:	Presencial
Iniciación del Plan de Estudios:	Ciclo I Año 2014

3. JUSTIFICACIÓN DE LA CARRERA

En un mundo globalizado y competitivo cómo en día, es necesario desarrollar una mentalidad sistemática, estratégica y dinámica, orientada hacia el mercado y sus componentes.

La carrera de Licenciatura en Mercadeo es la que utiliza la fortaleza y oportunidad empresarial para aprovechar la capacidad industrial de un país, capaz de satisfacer los gustos y preferencias de los consumidores.

La formación en mercadeo adquiere especial importancia, pues desarrolla en el profesional competencias para estudiar los mercados y los procesos requeridos para lograr una mayor competitividad empresarial.

Es así que los conceptos centrales en el estudio de esta profesión, lo constituyen las necesidades, deseos, demandas, productos, intercambio, transacciones y mercadeo; integrados en diferentes actividades, entre ellas la investigación de mercados, desarrollo de bienes y servicios, distribución, publicidad y ventas.

Dentro del mercadeo entenderemos el enfoque del "producto-mercado", mediante el análisis de las oportunidades de mercado, la investigación y selección de éstos, así como la planeación, realización y control de proyectos y estrategias destinadas a crear, establecer y conservar los intercambios benéficos con los consumidores meta, a fin de alcanzar los objetivos de la organización empresarial.

Por otra parte, los métodos del mercado ejercen un fuerte impacto en la persona humana en su rol de comprador, vendedor y ser social; debido a este factor, el sistema mercado lógico, optimiza el consumo, mediante la satisfacción de necesidades y deseos. Es por eso que el interés por la mercadotecnia crece en el entorno empresarial; tanto a nivel nacional como internacional, que ella contribuye a desarrollar mediante una mejora continua, la actividad y funciones del mercado en economías liberales.

En ese ámbito empresarial, un elemento de apoyo a la mercadotecnia es la publicidad; cuyo impacto no se limita al área de la comunicación; sino que también a la complementariedad, reforzamiento y coordinación con las