



Universidad de Quintana Roo

ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
Y MERCADOTECNIA
DIVISIÓN ACADÉMICA

GUÍA DE ESTUDIOS

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS

Consulta: www.uqroo.mx/admisiones

ELIGE TU FUTURO
DECIDE SER
UQROO

Desarrollo de Competencias digitales

- Información y alfabetización de datos
 - Navegar, buscar y filtrar datos, información y contenido digital
 - Evaluación de datos, información y contenido digital
 - Gestión de datos, información y contenido digital
- Comunicación y colaboración
 - Interacción a través de tecnologías digitales
 - Compartir a través de tecnologías digitales
 - Colaboración a través de tecnologías digitales
 - Netiqueta
 - Gestión de la identidad digital
- Creación de contenido digital
 - Desarrollo de contenidos digitales
 - Integración y reelaboración de contenidos digitales
 - Derechos de autor y licencias
- Seguridad
 - Protección de datos personales y privacidad
 - Protección de la salud y el bienestar
 - Protección del medio ambiente
- Resolución de problemas
 - Solución de problemas técnicos
 - Identificación de necesidades y respuestas tecnológicas
 - Utilizar tecnologías digitales creativamente
 - Identificación de brechas de competencia digital

Desarrollo de Competencias blandas (*Soft Skills*)

- Comunicación: capacidad de expresarse claramente hablando y escribiendo, y de hacer presentaciones en público.
- Cortesía: buenos modales, etiqueta, respeto, decir «por favor» y «gracias».
- Flexibilidad: adaptabilidad, disposición al cambio y a la formación continua, aceptación de lo nuevo, se le puede enseñar.
- Integridad: sinceridad, moralidad, valores personales, honradez.
- Habilidades interpersonales: agradable, con sentido del humor, amistoso, hospitalario, empático, con autocontrol, paciencia, sociabilidad, calidez, habilidades sociales.
- Actitud positiva: optimista, entusiasta, anima a sus compañeros, feliz, seguro.
- Profesionalidad: bien vestido, buen aspecto, compostura.
- Responsabilidad: responsable, fiable, termina el trabajo, quiere hacerlo bien, es consciente, tiene recursos, autodisciplina y sentido común.
- Trabajo en equipo: coopera, se lleva bien con otros, es agradable, anima, ayuda a quien lo necesita.

- Actitud hacia el trabajo: trabaja duro, está disponible, es leal, puntual, tiene iniciativa, dedicación, motivación y falta poco al trabajo motivación y falta poco al trabajo.

Conocimiento básico de las competencias profesionales a desarrollar

- Administración
 - Teoría de la administración
 - Revolución industrial
 - Proceso administrativo
- Economía
 - Escuelas económicas
 - Diferenciación de macroeconomía y microeconomía
- Calidad
 - Conceptos fundamentales de calidad (calidad, cliente, y satisfacción del cliente, proceso, control de calidad, enfoque de procesos, y mejora continua)
 - Deming, Juran, Ishikawa, Feigenbaum, Shingo, Crosbi
 - Normas ISO
- Globalización
 - Importancia
 - Globalización económica
 - Internacionalización e identidad
- Desarrollo Sustentable
 - Antecedentes, origen y evolución del concepto de Sustentabilidad
 - Importancia del Desarrollo Sustentable y su impacto en la sociedad
 - Objetivos del desarrollo sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas
- Liderazgo
 - Concepto
 - Poder y autoridad
 - Tipos de liderazgo
 - Negociación y toma de decisiones
- Presupuestos
 - Diferencia entre costo y gasto
 - Tipos de presupuestos
- Estrategias de mercadotecnia
 - ¿Qué es una estrategia y cuál es su función en los proyectos de mercadotecnia?
 - Diferenciación de precio, plaza, promoción y producto
 - Descripción de campañas de comunicación
 - Descripción de relaciones públicas, *merchandising*, publicidad y *publicity*
 - Creación de marcas (*Branding*)
- Investigación de mercado

- Señalar segmento de mercado y perfil del consumidor
- Importancia de la investigación de mercados
- Tipos de investigación: cualitativa y cuantitativa
- Descripción de un proyecto de investigación de mercados
- Comercialización y ventas
 - Diferenciar oferta y demanda
 - Definición de los procesos adecuados para la comercialización de productos
 - Señalización de estrategias de distribución y logística
- Emprendimiento
 - Descripción del análisis FODA
 - Creación de empresas
 - Desarrollo de productos
 - Desarrollo de proveedores
 - Innovación en los productos y servicios

Bibliografía sugerida

Ávila, O. (2007). Sistema Integral de Ventas. México: Express de impresión.

Diez de Castro, E. C. (1999). Gestión de precios. Madrid, España: ESIC Editorial.

Ferrell, O. C. & Hartline, M. (2010). Marketing Strategy. 5a. ed. México: Cengage Learning.

Fisher, L. y Espejo, J. (2011). Mercadotecnia. 4a. ed. México: Mc Graw Hill.

Hatton, A. y Jockl, A. (2000). La guía definitiva del plan de marketing: la vía rápida y más inteligente para elaborar un plan de marketing. España: Prentice Hall.

Kotler, P. y Keller, K. L. (2012). Dirección de Marketing. 14a. ed. México: Pearson Education

Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). Fundamentos de marketing. México: Pearson Educación. Kotler, P. y Keller, K. L. (2012). Dirección de Marketing. 14a. ed. México: Pearson Education.

Kurtz, D. y Boone, L. (2011). Marketing Contemporáneo. México: Cengage Learning.

Lamb, C.; Hair, J. y McDaniel, C. (2013). MKTG. 7a. ed. México: Cengage Learning.

Lovelock, C. H. y Staines, G. M. (1997). Mercadotecnia de servicios. México: Prentice Hall.

McCarthy, E. J. et al. (2001). Marketing: un enfoque global. México: McGraw-Hill

Pelton, L. E.; Strutton, D. y Lumpkin, J. R. (2005). Canales de marketing y distribución comercial: un enfoque de administración de relaciones. 2a. ed. México: McGraw-Hill.

Pérez, F. y Amigo, R. (2009). Dirección estratégica de ventas: el desafío para ser exitosos en la aldea global. Buenos Aires, Argentina: Pearson Educación.

Roger, B. (2008). Marketing Estratégico. México: Pearson Educación.