



**CENTRO UNIVERSITARIO DE DESARROLLO
INTELECTUAL S.C.**

**CENTRO UNIVERSITARIO DE
DESARROLLO INTELECTUAL S.C.**



**ESPECIALIDAD EN
MERCADOTECNIA
RADICAL.**

2007



CENTRO UNIVERSITARIO DE DESARROLLO INTELECTUAL S.C.

Plan de Estudios

NOMBRE AUTORIZADO DE LA INSTITUCIÓN (1)
ESPECIALIDAD EN MERCADOTECNIA RADICAL
NIVEL Y NOMBRE DEL PLAN DE ESTUDIOS (2)

ESPECIALIDAD EN MERCADOTECNIA RADICAL

VIGENCIA(3)

LICENCIATURAS EN: MERCADOTECNIA
ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, CONTADURÍA,
TURISMO,

ANTECEDENTES ACADÉMICOS DE INGRESO (4)

MODALIDAD (5) : ESCOLARIZADA

DURACIÓN DEL CICLO (6) 15 SEMANAS

CLAVE DEL PLAN DE ESTUDIOS (7) 2007

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DEL PLAN DE ESTUDIOS (8)

- ✓ Contribuir a la formación integral de expertos en Mercadotecnia, en sus metodologías alternativas y su influencia en la competitividad y desarrollo económico de México.
- ✓ Promover el desarrollo de las disciplinas allegadas a la mercadotecnia: en particular el desarrollo organizacional y los estudios de competitividad nacional e internacional como factores clave.
- ✓ Preparar personal altamente calificado con sentido objetivo, crítico y creativo con un estilo de liderazgo visionario, integrador, transformador y humanitario, de tal forma que coordinen eficazmente el desarrollo organizacional a través de la implantación y seguimiento de los sistemas de calidad.
- ✓ Contribuir a la evaluación de las necesidades actuales y futuras del país a través de la preparación de personal debidamente capacitado, conocedor de las necesidades de las organizaciones en México y capaz de presentar por medio de los sistemas de calidad alternativas de resolución a las problemáticas de cultura organizacional, laboral, productividad y competitividad
- ✓ Formar personas capaces de interactuar con especialistas de todas las áreas funcionales de la empresa, en la definición de estrategias de implementación de sistemas de calidad y directrices de negocio orientadas al logro de ventajas competitivas.



CENTRO UNIVERSITARIO DE DESARROLLO INTELECTUAL S.C.

PERFIL DEL EGRESADO (9)

Al concluir sus estudios, el egresado desarrollará los siguientes:

1.- Conocimientos

- ✓ Dominio conceptual de los modelos de análisis de mercados y de competitividad vigente y alternativo en las organizaciones actuales.
- ✓ Una sólida preparación conceptual y práctica de la realidad mercadológica y de la competitividad organizacional de las instituciones del sector secundario y terciario.
- ✓ Identificará y evaluará metodologías cuantitativas y cualitativas para mejorar la cultura para la calidad y la competitividad organizacional así como para brindar asesoría y consultaría.

2.- Habilidades

- ✓ Podrá plantear con claridad los problemas de orden mercadológico y de competitividad que afectan la efectividad económica y administrativa en instituciones.
- ✓ Desarrollará técnicas de diagnóstico de competitividad y podrá organizar y desarrollar auditorias de Mercadotecnia.
- ✓ Diseñará y promoverá proyectos de incremento en índices de competitividad, para fortalecer el funcionamiento y productividad de la organización
- ✓ Podrá fungir como consultor en Gestión de la calidad.
- ✓ Desarrollará soluciones a los problemas de negocio a través de modelos de competitividad y Mercadotecnia Radical que rescaten como patrimonio de las organizaciones: los conocimientos, las habilidades y valores de su personal.
- ✓ Será crítico y capaz de visualizar más allá de lo obvio y de los lugares comunes en el análisis mercadológico.
- ✓ Coordinará eficazmente equipos interdisciplinarios de trabajo a fin de tener criterios de formación de equipos de alto desempeño.



CENTRO UNIVERSITARIO DE DESARROLLO INTELECTUAL S.C.

3.- Destrezas

- ✓ Evaluará los contextos internos y externos de las organizaciones a fin de determinar las condiciones de competitividad.
- ✓ Desarrollará estrategias de consultoría en Mercadotecnia Radical y auditorías de Mercadotecnia.
- ✓ Diseñará estrategias y modelos de cálculo de competitividad en las organizaciones lucrativas y no lucrativas

4.- Actitudes

Las actitudes que se pretenden generar en el egresado son:

- ✓ Creatividad, sensibilidad y tacto para el planteamiento de problemas y soluciones propias del ámbito de la MKT y la competitividad.
- ✓ Tener apertura de criterio para evaluar sin prejuicios las interpretaciones que las instituciones hacen de sí mismas.
- ✓ Consolidar el compromiso del egresado con la labor de consultoría en la competitividad y la MKT
- ✓ Búsqueda constante y Entusiasmo en contribuir a mejorar la situación organizativa de las empresas para las que trabaje.



CENTRO UNIVERSITARIO DE DESARROLLO INTELLECTUAL S.C.

ESPECIALIDAD EN MERCADOTECNIA RADICAL

CICLO DE 15 SEMANAS

CICLO (17)	LISTA DE ASIGNATURAS O UNIDADES DE APRENDIZAJE (10)	CLAVE (11)	SERIA CION (12)	HORAS CICLO		CREDITOS (15)	INSTALACIONES (16)
				CON DOCENTE (13)	INDEPEN DIENTES (14)		
1	Mercadotecnia Radical I	EMR 101		50	34	5.25	A
	Competitividad I	EMR 102		50	34	5.25	A
	Taller de investigación en calidad y competitividad de organizaciones	EMR 103		50	34	5.25	A
2	Mercadotecnia Radical II	EMR 204	EMR 101	50	34	5.25	A
	Competitividad II	EMR 205	EMR 102	50	34	5.25	A
	Capacitación consultoría y docencia	EMR 206		50	34	5.25	A
3	Mercadotecnia Radical III	EMR 307	EMR 204	50	34	5.25	A
	Competitividad III	EMR 308	EMR 205	50	34	5.25	A
	Auditoria de mercadotecnia	EMR 309		50	34	5.25	A
				450	306	47.25	
				SUMA (18)	SUMA (19)	SUMA (20)	



CENTRO UNIVERSITARIO DE DESARROLLO INTELLECTUAL S.C.

PROPUESTA DE EVALUACIÓN Y ACTUALIZACIÓN PERIÓDICA DEL PLAN DE ESTUDIOS

Esta institución ha diseñado un “Sistema de Evaluación Integral de sus Planes de Estudios de Postgrado”, mismo que comprende: contenidos, avances e innovaciones recientes; eficiencia y eficacia del Plan de Estudios actual; intereses y expectativas de los participantes; y necesidades y objetivos de las organizaciones.

Para lograr esta meta se considera indispensable realizar revisiones a uno, tres y cuatro años, lo cual implica un seguimiento permanente y cortes transversales en determinados momentos.

Las acciones a seguir son:

- a) Verificar que el perfil de egresado propuesto en el Plan de Estudios sea congruente con las necesidades del mercado profesional de los egresados.
- b) Comprobar que los objetivos generales del plan de Estudios sean vigentes con los cambios sociales y culturales que se vayan generando en nuestra sociedad.
- c) Comprobar la congruencia entre los elementos curriculares propuestos y su viabilidad en las organizaciones.
- d) Revisar y actualizar permanentemente los objetivos y contenidos programáticos y bibliográficos de las asignaturas, con el propósito de conservar su actualidad.
- e) Realizar investigaciones de mercado sobre las necesidades del sector productivo, de tal forma que el perfil del egresado de esta maestría permanezca vigente y a la vanguardia de las necesidades del mercado laboral.
- f) Confrontar la eficacia y eficiencia de nuestra propuesta con relación al porcentaje de egresados que se encuentren laborando en su área de especialidad.



CENTRO UNIVERSITARIO DE DESARROLLO INTELECTUAL S.C.

Para el logro de estas acciones se llevarán a cabo:

- 1.- Encuestas a instituciones públicas y privadas (sobre el porcentaje de nuestros egresados que se encuentren laborando en dichas instituciones).
- 2.- Encuestas a empresas privadas (sobre el porcentaje de nuestros egresados que se encuentren laborando en dichas instituciones).
- 3.- Encuestas y seguimiento del desarrollo laboral de los egresados de la maestría.
- 4.- Encuestas de opinión a miembros del cuerpo docente de la maestría (en plazos de uno, tres y cuatro años).
- 5.- Evaluación cuatrimestral acerca de la pertinencia y vigencia de los programas de cada asignatura.
- 6.- Realización de encuentros de maestros y egresados en funciones para evaluar los resultados de nuestros Planes de Estudio.
- 7.- Evaluación permanente de la efectividad de la metodología y las actividades de aprendizaje llevadas a cabo en la maestría.
- 6.- Implementar un programa permanente de actualización y capacitación para profesores.
- 7.- Implementar un programa de formación docente, con la finalidad de que en el mediano plazo todos los profesores cuenten con el grado de Doctorado.
- 8.- Involucrar a la comunidad académica y estudiantil con la vida cultural y académica de esta institución, misma que consiste en la organización de conferencias, mesas redondas, congresos, simposios y seminarios relacionados con el área de especialidad de gestión de la calidad.
- 9.- Tomar en cuenta las opiniones de autoridades en materia educativa en el Estado de Hidalgo.