



**Universidad Abierta y a Distancia de México**



## **¿Qué es la UnADM?**

Es una institución de educación superior especializada en la modalidad abierta y a distancia. Con carácter público y gratuito.

## **Misión:**

Formar profesionales del más alto nivel y en diversas áreas del conocimiento; éticos y con un sólido compromiso social hacia su comunidad; competitivos nacional e internacionalmente; con espíritu emprendedor y los conocimientos para que respondan a los avances de la ciencia y la tecnología, así como a las necesidades de desarrollo económico, político, social y cultural del país.

## **Visión:**

Ser la institución líder de educación superior a distancia en los países de habla hispana, con un modelo educativo flexible e innovador y un amplio reconocimiento social, que promueva la preservación del medio ambiente, la generación de conocimiento y el desarrollo científico y tecnológico.

## **Objetivo general:**

Ampliar las oportunidades y atender la demanda de educación superior en todo el país, bajo criterios y estándares de calidad e innovación permanentes, con especial atención a las regiones y grupos que por diversas razones no tienen acceso a servicios educativos escolarizados.

## **Modelo educativo:**

El modelo educativo de la Universidad Abierta y a Distancia de México busca satisfacer la demanda de educación superior de la sociedad mexicana mediante un plan de estudios flexible.

**Ventajas:**

**Flexible:** El estudiante organiza y decide su ritmo de estudio

**Inclusivo:** Está diseñado para personas con alguna discapacidad, jóvenes egresados, personas con algún tiempo fuera del ámbito escolar.

**Accesible:** El estudiante puede realizar sus actividades en cualquier

**Interactivo:** El alumno interactúa con el docente en línea, también aprende sobre el aprendizaje colaborativo ayudándose con sus compañeros

## LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

**Misión:**

Formar profesionales emprendedores y del más alto nivel en el diseño e implementación de estrategias y proyectos de mercadotecnia internacional, calificados para realizar investigaciones cuantitativas y cualitativas de mercados, con un sólido compromiso social hacia su país y una praxis ética y axiológica frente al uso y la sistematización de la información, aptos para incentivar el consumo masivo mediante propuestas innovadoras, tendientes a incrementar y posicionar el valor de las marcas, considerando los tratados y acuerdos comerciales de nuestro país con la finalidad de satisfacer las necesidades de los mercados nacionales e internacionales con estricto apego a las leyes.

**Visión:**

Ser el programa de educación superior a distancia líder en Mercadotecnia Internacional en los países de habla hispana, con un modelo educativo flexible y centrado en el aprendizaje, que atienda los requerimientos de los sectores público, privado y social en cuanto al diseño e implementación de estrategias y proyectos mercadológicos que permitan enfrentar los retos y transformaciones económicas, políticas, sociales y culturales de los mercados.

**Objetivo de la carrera:**

Formar profesionistas capaces de utilizar las herramientas y los mecanismos necesarios para desarrollar, promocionar y publicitar productos a nivel internacional, además de intervenir en la aplicación de dinámicas comerciales que coadyuven a la identificación de mercados extranjeros, diseñando estrategias de marketing. Asimismo, el programa brindará al estudiante contenidos y actividades prácticas que le encaminen hacia un ejercicio basado en la ética como parte integral e inherente a las labores que desempeñe.

### **Requerimientos en sector público, social y privado:**

1. Promoción de productos y/o servicios para su venta al público.
2. Estudios de mercado para conocer el posicionamiento de productos y/o servicios.
3. Interpretación cuantitativa y cualitativa de la información obtenida en dichos estudios.
4. Lanzamiento de nuevos productos y/o servicios.
5. Campañas promocionales a nivel nacional o internacional.
6. Utilización de la oferta exportable.

### **Áreas funcionales donde se desarrolla el egresado:**

1. Mercadotecnia.
2. Publicidad.
3. Logística.
4. Exportaciones e importaciones.
5. Operaciones de compra y venta.
6. Consultoría.
7. Docencia e investigación.

### **¿Cómo puedo ingresar a la UnADM?**

- 1.- Haber aprobado en su totalidad el plan de estudios del tipo medio superior.
- 2.- Cubrir los requisitos señalados en la convocatoria y, en su caso, instructivos que al efecto emita la Universidad.
- 3.- Ser aceptado mediante la evaluación de selección que al efecto tenga establecida la Universidad.

### **Perfil de ingreso:**

1. Capacidad de adaptación a la dinámica de autoaprendizaje y de trabajo colaborativo.
2. Iniciativa para la investigación.
3. Habilidad para comunicarse de manera efectiva.
4. Sentido de compromiso para organizar debidamente su tiempo de estudio.

## Perfil de egreso:

El egresado de Licenciatura en Mercadotecnia Internacional es un profesionista con una formación integral, calificado para realizar investigaciones cuantitativa y cualitativa de mercados y sistematizar la información procedente de éstos para implementar estrategias comerciales para el lanzamiento, la distribución y venta, de productos y/o servicios. Asimismo, es apto para incentivar el consumo masivo mediante propuestas dentro del marco de la ética, apegadas a las leyes nacionales, de comercio exterior y aduanas.

## Mapa curricular:


MÓDULO 1 FORMACIÓN BÁSICA		MÓDULO 2 FORMACIÓN DISCIPLINAR		MÓDULO 3 FORMACIÓN DISCIPLINAR		MÓDULO 4 FORMACIÓN PROFESIONAL	
PRIMER SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE	TERCER SEMESTRE	CUARTO SEMESTRE	QUINTO SEMESTRE	SEXTO SEMESTRE	SÉPTIMO SEMESTRE	OCTAVO SEMESTRE
09141101 Estadística básica	09141207 Comportamiento Organizacional	09142313 Investigación de mercados	09142419 Publicidad	09143525 Administración y estrategias de marca	09143631 Comportamiento del consumidor	09144737 Alta dirección en negocios internacionales	09144842 Planeación estratégica de la mercadotecnia
09141102 Fundamentos de investigación	09141208 Matemáticas administrativas	09142314 Macroeconomía	09142420 e-Commerce	09143526 Legislación mercantil	09143632 Mercadotecnia de servicios	09144738 Estrategias y términos de negociación internacional	09144843 Evaluación financiera de proyectos
09141103 Contexto socioeconómico de México	09141209 Fundamentos de mercadotecnia	09142315 Estrategias de distribución	09142421 Mercadotecnia internacional	09143527 Mercadotecnia social	09143633 Franquicias	09144739 Sistema aduanero en el comercio internacional	09144844 Proyecto estratégico de mercadotecnia internacional
09141104 Desarrollo humano	09141210 Microeconomía	09142316 Calidad Global	09142422 Tecnologías de la información y comunicación	09143528 Desarrollo e innovación de productos	09143634 Administración de las relaciones con clientes	09144740 Desarrollo de mercados regionales	09144845 Oferta exportable
09141105 Introducción a la contabilidad	09141211 Introducción al derecho	09142317 Administración de ventas	09142423 Promoción de ventas	09143529 Estrategias de posicionamiento	09143635 Comercialización internacional	09144741 Proyecto Terminal I	09144846 Proyecto Terminal II
09141106 Fundamentos de administración	09141212 Ética	09142318 Costos y presupuestos de mercadotecnia	09142424 Seminario de logística	09143530 Aspectos legales del comercio exterior	09143636 Relaciones públicas		

Recuerda, si necesitas más información accede a: <https://unadmexico.mx>

Síguenos en nuestras redes sociales:

 <https://www.facebook.com/UnADM.Oficial/>

 [https://twitter.com/UnADM\\_Oficial](https://twitter.com/UnADM_Oficial)

 <https://www.instagram.com/momentosunadm/>