



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA



Acreditación  
Internacional por el  
CEAI-UDUAL



Acreditado por  
Consejo  
Nacional de  
Evaluación y  
Acreditación



# Licenciatura en Mercadotecnia



## Nuestra Carrera

El objeto de estudio de profesión esta es la satisfacción de necesidades de los consumidores a través de la comercialización y venta de productos y servicios.

Valores para desarrollar

- Compromiso social.
- Equidad, justicia, igualdad de oportunidades
- Honestidad y transparencia
- Respeto a los derechos humanos
- Respeto a la diversidad
- Respeto al medioambiente.
- Ética profesional
- Responsabilidad social e institucional
- Identidad institucional y sentimiento de pertenencia.
- Tolerancia y solidaridad.
- Identidad, cultura nacional y valores patrióticos.

## Campo laboral

Empresas comercializadoras de productos por sectores públicos y privados: Agrícolas, pecuarios, industrial, de construcción, servicios básicos, salud, educación, transporte, financieros, turísticos, comunicación digital, bancos, comercio, cosméticos, electrodomésticos, prendas de vestir, equipos tecnológicos de información y comunicación, agroquímicos, repuestos automotrices, seguros, bienes inmuebles.



# Competencias que desarrolla el *Profesional*

## Generales

- Se comunica de manera oral y escrita en diferentes contextos de actuación.
- Identifica y resuelve problemas de manera individual y en equipos, en los diferentes ámbitos de actuación y campos de acción profesional, a través de la investigación.
- Muestra creatividad para hacer avanzar los diferentes ámbitos de actuación y campos de acción profesional donde se desempeña.
- Utiliza las TIC como apoyo para mejorar el aprendizaje en diferentes ámbitos de actuación y campos de acción profesional.
- Comprende la realidad socioeconómica, política e histórica del país y actúa en su desarrollo social.

## Específicas

- Evalúa las estrategias de comercialización de productos y servicios para la entrega de forma eficiente y eficaz al consumidor final.
- Evalúa los procesos de ventas para la identificación y satisfacción de las necesidades de bienes y servicios del usuario.
- Elabora planes de promoción y publicidad creativos, relacionados a los sectores económicos para la comunicación y la innovación de productos y servicios.



# Plan de Estudio

## I Semestre

- Identidad Institucional
- Análisis e Interpretación de Discursos
- Estrategias de Aprendizaje
- Pensamiento Lógico para el Desarrollo de la Creatividad y la Innovación
- Administración I
- Psicología en la Mercadotecnia I
- Matemática I
- Mercadeo I
- Ventas I
- Integrador I

## II Semestre

- Mercadeo II
- Ventas II
- Integrador II
- Comunicación en la Mercadotecnia
- Estadística I
- Administración II

## III Semestre

- Psicología en la Mercadotecnia II
- Administración de Recursos Humanos I
- Estadística II
- Investigación de Mercados
- Ventas III
- Integrador III

## IV Semestre

- Psicología del Consumidor
- Matemática II
- Mercadeo de Servicio
- Ventas IV
- Integrador IV
- Administración de Recursos Humanos II

## V Semestre

- Mercadeo de Contenido y Relacional
- Introducción a la Demografía
- Publicitaria I
- Ventas V
- Optativo I
- Integrador V

## VI Semestre

- Demografía en el Neuromarketing
- Publicitaria II
- Marketing Online
- Ventas VI
- Integrador VI

## VII Semestre

- Demografía Económica I
- Publicitaria III
- Mercadeo Internacional
- Optativo II
- Integrador VII

## VIII Semestre

- Demografía Económica II
- Publicitaria IV
- Mercadeo estratégico
- Optativo III
- Integrador VIII

## IX Semestre

- Control y Evaluación del Mercadeo
- Optativo IV
- Prácticas Preprofesionales

## X Semestre

- Prácticas Profesionales
- Modalidad de Graduación



¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo! | [www.unan.edu.ni](http://www.unan.edu.ni)