

Resultados de aprendizaje

Interpretar el funcionamiento de la Economía, el Comercio y las organizaciones desde una perspectiva disciplinar mediante el uso de las herramientas teóricas y prácticas

Aplicar las herramientas de la fundamentación disciplinar para analizar el comportamiento de los entornos socioeconómicos y organizacionales.

Interpretar los conceptos del mercadeo para aplicarlos en el estudio de casos y análisis de mercados.

Manejar herramientas cuantitativas y cualitativas para el desarrollo de la planeación estratégica del mercadeo, mediante el entendimiento de las principales tendencias disciplinares.

Planificar y ejecutar estrategias de mercadeo mediante la aplicación de herramientas disciplinares que permitan evaluar la viabilidad de incursionar en nuevos mercados.

Evaluar la implementación de las decisiones del mercadeo como área funcional de una organización, para así, valorar las inversiones en esta área.

Identificar las oportunidades que brinda el marketing para intervenir a los consumidores de los diferentes tipos de mercados, compilando, analizando y visualizando los datos para la toma de decisiones.

Analizar críticamente problemáticas de la realidad global, integrando conocimientos históricos, culturales, técnicos y científicos, con el fin de mejorar su comprensión del mundo contemporáneo, dentro y fuera de su disciplina; así como construir argumentos y expresarlos por escrito de manera coherente y precisa.

Emplear competencias comunicativas en una lengua extranjera para desempeñarse en diferentes contextos que favorezcan su inserción en distintas dinámicas nacionales y globales, así como la cualificación de su competencia profesional.

Solucionar problemas de orden interdisciplinar a través de la integración de diferentes estrategias de aprendizaje colaborativo.