



FACULTAD DE
CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERAS 
SISTEMA
MODULAR 2020

MARKETING

Título: Licenciado/a en Marketing

Duración: 4 años, 4 meses TFG*



#HACEMOS



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
Y ARTÍSTICA DEL PARAGUAY

Fundamentación de la carrera

Vivimos en una sociedad competitiva en la que las empresas necesitan diferenciarse de su competencia.

Por ello es imprescindible conocer cuáles son las necesidades de los consumidores y saber satisfacerlas.

Este es un objetivo del marketing y la causa principal que se haya convertido en una actividad con gran futuro profesional y necesario para cualquier empresa.

Por todo ello la Universidad Politécnica y Artística ha preparado la carrera de Marketing (Comercialización), con el fin de abrir pautas a un mundo apasionante y dinámico.

Visión de la carrera

La carrera de Licenciatura en Marketing forma profesionales con capacidad para planificación, coordinación, estrategias, definición, aplicación e implantación de las estructuras, funciones y procedimientos del área de comercialización de empresas y otras instituciones. Así mismo, tienen la habilidad de realizar análisis, estudios y estrategias sobre el desarrollo y lanzamiento o discontinuación de productos y servicios.

Misión de la carrera

La carrera de Licenciatura en Marketing tiene como misión dar a conocer y analizar los factores del marketing-mix: producto, precio, distribución y comunicación.

Competencias genéricas de la carrera

- Comprender la filosofía y los principios básicos del marketing.
- Comprender los mecanismos de evaluación del consumidor y su proceso de compra.
- Dominar los planteamientos estratégicos del marketing.
- Segmentación del mercado, selección del mercado-objetivo, previsión de ventas, análisis de la carrera de productos y desarrollo de nuevos productos.

Competencias específicas de la carrera

- Elaborar un plan de marketing: análisis de la situación, fijación de objetivos, decisiones estratégicas, presupuesto y control.
- Análisis y estudios cuali-cuantitativos de mercado, locales, regionales, nacionales o internacionales, así como proyecciones de oferta y demanda, productos y servicios.
- Análisis y estudio de los mercados externos y del comercio internacional.
- Análisis y estudio de proyectos sobre oportunidades y conveniencia de mercado para exportación e importación.
- Asesoramiento específico sobre mercados, productos y servicios a las representaciones diplomáticas paraguayas en el exterior o embajadas extranjeras acreditadas ante la república.
- Estudio de proyectos, promociones, políticas industriales, mineras, agropecuarias, energéticas, de transporte y de infraestructura en sus aspectos y posibilidades de comercialización.

Perfil del egresado

La carrera de Licenciatura en Marketing es una profesión innovadora que mediante las técnicas de negocios más novedosas transmite mensajes fundamentales para la emisión de información de un producto y/o servicio.

- El profesional del Marketing es una persona analítica, quien se centra en el cliente, el consumidor y sus acciones tales como sus hábitos, que constituyen la base de su desempeño laboral.
- Gracias a su influencia las empresas consiguen posicionarse en un mundo cada vez más competitivo, mediante la gestión ágil y precisa del profesional del Marketing.
- Posibilita el análisis del mercado tanto nacional como internacional, ampliando los campos de comercialización.
- Realiza proyectos y asesoría para empresas, organizaciones o individuos, tanto públicos como privados.

Titulación

Título obtenido: Licenciado/a en Marketing.

Duración

La carrera tiene una duración de 4 años, 4 meses de Trabajo Final de Grado.

Ámbito laboral

El Licenciado en Marketing podrá ejercer como profesional en:

- Docencia en materias específicas de la carrera.
- Todo lo relacionado con la planificación, coordinación, estrategias, definición e implementación de las estructuras, funciones y procedimientos del área de comercialización de empresas y otras instituciones. Estudios y estrategias sobre el desarrollo y lanzamiento o discontinuidad del producto en el mercado.
- Desempeño gerencial dentro del área de Comercialización en empresas privadas o estatales.

Malla curricular

Primer curso

Expresión Bilingüe (Comunicación Bilingüe I Guarani)
Comunicación Bilingüe (Comunicación Bilingüe II Guarani)
Expresión Castellana (Comunicación Oral y Escrita I)
Comunicación Oral y Escrita Castellana (Comunicación Oral y Escrita II)
Contabilidad I
Contabilidad II
Estadística I
Estadística II
Geografía Económica
Historia Económica
Introducción a la Administración
Macroeconomía
Álgebra I (Matemática I)
Trigonometría I (Matemática II)
Geometría I (Matemática III)
Álgebra Lineal I (Matemática IV)
Metodología de la Investigación
Metodología del Aprendizaje
Microeconomía
Principios de Comercialización
Psicología General I
Sociología General I

Segundo curso

Administración y Gestión de RR.HH. I
Administración y Gestión de RR.HH. II
Contabilidad III
Contabilidad IV
Derecho Civil Familia I
Derecho Civil Familia II
Derecho Privado I
Derecho Privado II
Derecho Público I
Derecho Público II
Derechos Humanos
Economía Monetaria
Ética
Normas de Calidad I
Normas de Calidad II
Marketing I
Marketing II
Imagen de Empresas I
Imagen de Empresas II
Publicidad y Promoción I
Publicidad y Promoción II
Teoría de Finanzas y Tributos I
Teoría de Finanzas y Tributos II
Patentes y Marcas

Tercer curso

Control Presupuestario I
Control Presupuestario II
Derecho Civil Contratos I
Derecho Civil Contratos II
Derecho de la Integración
Dirección y Liderazgo
Estrategias Comerciales
Evaluación y Administración de Proyectos I
Evaluación y Administración de Proyectos II
Incoterms y Contratación Internacional
Inglés I
Inglés II
Matemática Financiera I
Matemática Financiera II
Organización y Métodos I
Organización y Métodos II
Quiebra I
Quiebra II
Derecho Comercial I
Derecho Comercial II
Marketing III
Marketing IV
Imagen de Instituciones Privadas
Imagen de Instituciones Públicas

Cuarto curso

Costos I
Costos II
Derecho Laboral I
Derecho Laboral II
Economía Bancaria y Crediticia
Informática Aplicada I
Inglés III
Inglés IV
Investigación de Mercado I
Técnica de Negociación
Política de Productos y Precios
Derecho Financiero e Impositivo I
Derecho Financiero e Impositivo II
Derecho Administrativo I
Derecho Administrativo II
Balance Score Card I
Balance Score Card II
Dirección de Ventas I (Sociedades Unipersonales)
Dirección de Ventas II (Sociedades Complejas)
Dirección y Organización de Empresas I
Marketing Internacional

Tutoría de tesis

Tutoría de Trabajo Profesional De Grado I
Tutoría de Trabajo Profesional De Grado II
Tutoría de Trabajo Profesional De Grado III
Tutoría de Trabajo Profesional De Grado IV
Tesis Final



021 23 77 400



*8727



UPAP



@upap_py



upap.edu.py