



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Centro Universitario de la Ciénega
División de Ciencias Económico Administrativas
Comité de Prácticas Profesionales

Programa de Prácticas Profesionales	
Licenciatura	Mercadotecnia
Justificación	
<p>Considerando que actualmente en la educación la tendencia es que el estudiante se convierta en un sujeto activo y responsable del proceso enseñanza-aprendizaje, las prácticas profesionales vienen a apoyar al mismo en el sentido de servir de complemento de los conocimientos significativos adquiridos por los alumnos en el aula; de hecho sirven como el primer acercamiento en la mayoría de los casos al ejercicio de la profesión o a la aplicación de algunos de los conocimientos desarrollados en su trayectoria en alguno de los campos de estudio. Una constante común en el desarrollo de los estudiantes es la falta de relación entre la teoría y la práctica, entre la universidad y el mundo laboral, entre las aulas y las empresas. La implementación de la práctica profesional como herramienta de aprendizaje para el alumno permitirá que descubran cómo funciona el mercado laboral y comiencen a establecer una correcta relación entre lo aprendido en la universidad y su aplicación en el ámbito profesional.</p>	
Objetivos	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar habilidades y destrezas que tiendan al perfeccionamiento de la formación profesional de los alumnos. 2. Fomentar la participación de los alumnos en la solución de problemas reales. 3. Promover en los alumnos actitudes reflexivas y críticas, así como contribuir a su formación académica y capacitación profesional. 4. Despertar en los alumnos el interés por el trabajo, sentido de responsabilidad, capacidad de mando, análisis y desarrollo profesional. 5. Promover y estimular la participación activa de los alumnos, de manera que tengan oportunidad de aplicar, verificar y evaluar los conocimientos, habilidades, actitudes y valores adquiridos. 6. Ofrecer a los alumnos la oportunidad de acercamiento con el campo laboral y la experiencia profesional previa al egreso de su carrera. 7. Incrementar el vínculo universidad – empresa fortaleciendo el desarrollo profesional de los alumnos y creando relaciones a largo plazo con el sector empresarial. 	
Descripción de los elementos que garantizan que la práctica profesional contribuye como experiencia formativa para el practicante.	
Conocimientos	<p>Investigación de mercados. Análisis de la conducta del consumidor. Diseño de estrategias de publicidad. Desarrollo de nuevos productos Análisis sobre los ciclos de vida de productos. Sistemas y canales de distribución y comercialización en el país y en el extranjero. Normatividad sobre diseños, patentes y marcas. Interpretación sobre lo que acontece en los mercados internacionales. Desarrollo de nuevos conceptos de mercado. Diseñar proyectos de planeación estratégica en mercadotecnia. Estrategias promocionales y de comunicación. Desarrollo de imagen corporativa.</p>



Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara, Sistema de Gestión de Calidad y Ambiente certificado por American Trust Register, S.C., el Alcance de Certificación aplica a: Ingreso, Trayectoria Académico-Administrativa, Egreso y Titulación Núm. de certificado de Calidad: ATR1197, Vigencia de certificación: 12-04-2017, Norma de referencia: NMX-CC-9001-IMNC-2008, Núm. De Certificado Ambiental: ATR1678, Vigencia de certificación: 15-09-2018, Norma de referencia: NMX-SAA-14001-IMNC-2004.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Centro Universitario de la Ciénega
División de Ciencias Económico Administrativas
Comité de Prácticas Profesionales

	Estrategias de comercialización y ventas. Cálculo de pronósticos de ventas.
Habilidades	Para detectar y crear necesidades del consumidor. Visualizar tendencias de consumo y de comercialización. Analizar los mercados nacionales e internacionales. Distinguir y manejar las diferencias culturales. En administración de la fuerza de ventas. Integración de grupos y equipos de trabajo. Negociador. Emprendedor. Liderazgo Desarrollarse de manera individual y organizacional en el campo de la mercadotecnia. Generar proyectos de investigación, desarrollo de nuevos productos, campañas de publicidad, etc. Organizar Equipos de Trabajo Liderar grupos de trabajo Facilidad de palabra Capacidad para aterrizar ideas y exponerlas Manejo y análisis de información
Actitudes	Trabajar en equipo Disposición Creatividad Innovación Apertura al cambio Paciencia Pro activismo Convencimiento
Valores	Puntualidad Limpieza Responsabilidad Respeto Honestidad Ética Disciplina Compromiso



Certificado por American Trust Register, S.C.
Número de Certificado:
ATR2181
Vigencia de Certificación
12-02-2021
Norma de Referencia
NMX-CC-9001-IMNC-2015



Certificado por American Trust Register, S.C.
Número de Certificado:
ATR2182
Vigencia de Certificación
13-02-2021
Norma de Referencia
NMX-SAA-14001-IMNC-2015

Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara, Sistema de Gestión de Calidad y Ambiente certificado por American Trust Register, S.C., el Alcance de Certificación aplica a: Ingreso, Trayectoria Académico-Administrativa, Egreso y Titulación Núm. de certificado de Calidad: ATR1197, Vigencia de certificación: 12-04-2017, Norma de referencia: NMX-CC-9001-IMNC-2008, Núm. De Certificado Ambiental: ATR1678, Vigencia de certificación: 15-09-2018, Norma de referencia: NMX-SAA-14001-IMNC-2004.