

Esta modalidad propicia el aprendizaje flexible de los estudiantes; los procesos educativos se basan en materiales didácticos y tutorías virtuales, así como en el uso de herramientas tecnológicas.

Los materiales se alojan en aulas virtuales y/o se remiten en físico a los estudiantes, permitiendo una interacción dinámica entre éstos y los tutores. Las tutorías se programan bajo un calendario definido al inicio del ciclo en las que se resuelven dudas y se aclaran conceptos más complejos. Para brindar un mayor acceso se dispone de una red de sedes universitarias ubicadas en los diferentes departamentos del país.

Metodología

- Las actividades educativas (estudio, revisión del material didáctico, elaboración de trabajos, entre otras) se pueden realizar de acuerdo a la disponibilidad de tiempo del estudiante.
- Las actividades presenciales son sólo para exámenes parciales, en sede en la cual inscribieron.
- Las tutorías se realizan en línea y son de carácter obligatorio, para mejor seguimiento del proceso enseñanza-aprendizaje
- El estudiante puede inscribirse en la sede universitaria que le sea más conveniente.
- Nuestro modelo está basado en el desarrollo de dos bloques de asignaturas por ciclo académico.

PENSUM (L10805-2017)Licenciatura en Mercadeo Internacional

1	COF118 4.00 Contabilidad Financiera I (Obligatoria)	INE118 4.00 Introducción a la Economía I (Obligatoria)	ING118 2.00 Inglés I (Obligatoria)	MAT118 5.00 Matemática I (Obligatoria)	TAD118 3.00 Teoría Administrativa I (Obligatoria)
2	COF218 4.00 Contabilidad Financiera II (Obligatoria)	INE218 4.00 Introducción a la Economía II (Obligatoria)	ING218 2.00 Inglés II (Obligatoria)	MAT218 5.00 Matemática II (Obligatoria)	TAD218 3.00 Teoría Administrativa II (Obligatoria)
3	CCO118 4.00 Contabilidad de Costos I (Obligatoria)	EST118 5.00 Estadística I (Obligatoria)	ING318 2.00 Inglés III (Obligatoria)	MDO218 4.00 Mercadeo I (Obligatoria)	MIC118 4.00 Microeconomía I (Obligatoria)
4	EST218 5.00 Estadística II (Obligatoria)	ING418 2.00 Inglés IV (Obligatoria)	MAC118 4.00 Macroeconomía I (Obligatoria)	SOG118 3.00 Sociología General (Obligatoria)	TPR118 5.00 Técnicas Presupuestarias (Obligatoria)
5	ADF118 4.00 Administración Financiera I (Obligatoria)	DGC118 4.00 Decisiones Gerenciales sobre Costos (Obligatoria)	DMA118 3.00 Derecho Mercantil y Aduanero (Obligatoria)	ING518 2.00 Inglés V (Obligatoria)	INM118 4.00 Metodología de la Investigación de Mercados (Obligatoria)
6	ADF218 4.00 Administración Financiera II (Obligatoria)	DIN118 3.00 Derecho Internacional (Obligatoria)	DNP118 4.00 Desarrollo de Nuevos Productos (Obligatoria)	GME118 4.00 Gerencia de Mercadeo (Obligatoria)	
7	ECI118 4.00 Economía Internacional (Obligatoria)	FIN118 4.00 Finanzas Internacionales (Obligatoria)	GVE118 4.00 Gerencia de Ventas (Obligatoria)	MIN118 4.00 Mercadeo Internacional I (Obligatoria)	
8	CIN118 4.00 Comercio Internacional I (Obligatoria)	GMA118 4.00 Gerencia de Marcas (Obligatoria)	MIN218 4.00 Mercadeo Internacional II (Obligatoria)	PEM118 4.00 Planeación Estratégica de Mercadeo (Obligatoria)	
9	CIN218 4.00 Comercio Internacional II (Obligatoria)	COC118 4.00 Comportamiento del Consumidor (Obligatoria)	EPR118 4.00 Ética Profesional (Obligatoria)	PPE118 4.00 Productos y Precios en el Exterior (Obligatoria)	
10	GAC118 4.00 Gestión y Aseguramiento de la Calidad (Electiva)	MSE118 4.00 Mercadeo de Servicios (Electiva)	PPI118 4.00 Publicidad y Promoción Internacional (Electiva)	SIC118 4.00 Seminario Integrador de Comercio Internacional (Obligatoria)	TNE118 4.00 Técnicas de Negociación (Obligatoria)

CÓDIGO:
Código Materia UV
Nombre de Materia (Tipo)



LICENCIATURA EN MERCADERO INTERNACIONAL (MODALIDAD EN LINEA)

Considerando los retos y desafíos que presenta un entorno cambiante, surge la necesidad de contar con profesionales que brinden posibles soluciones a los problemas mercadológicos que afrontan diversas organizaciones.

La demanda empresarial de profesionales en Ciencias Económicas tiene un comportamiento ascendente, particularmente el caso de los profesionales en Mercadeo; considerando que las empresas requieren de personal calificado para la realización eficiente de las negociaciones con el exterior, lo cual ha sido ocasionado en mayor cuantía por el proceso de Globalización en el país enmarcado en una visión de Calidad Total; en el desempeño de su área profesional, con altos niveles de competitividad e iniciativas de superación que conformen un potencial innovador en el área de la Mercadotecnia.

Generalidades de la carrera

Unidad Responsable

Facultad de Ciencias Económicas.

Nombre de la carrera

Mercadeo Internacional.

Título a otorgar

Licenciado (a) en Mercadeo Internacional.

Duración en años y ciclos

Años: 5

Ciclos: 10

Proceso de graduación: 1 año.

Número de asignaturas

Asignaturas: 45

Modalidad de asignaturas

En Línea.

Total de Unidades Valorativas

170 Unidades Valorativas.

Coefficiente de Unidades de Mérito (CUM)

7.0 (Siete punto cero).

Sedes Universitarias

- Instituto Nacional Alejandro de Humboldt (Ahuachapán).
- Centro Escolar Presbítero Fernando H. San German. (Sonsonate)
- Facultad Multidisciplinaria de Occidente (Santa Ana).
- Instituto Nacional Benjamín Estrada Valiente (Metapán).
- Centro de Formación Docente (Santa Tecla).
- Universidad de El Salvador - Campus Central.
- Instituto Nacional de Suchitoto.
- Instituto Nacional Dr. Francisco Martínez Suárez (Chalatenango).
- Instituto Nacional Walter Thilo Deininger (Cojutepeque).
- Instituto Nacional José Simeón Cañas (Zacatecoluca).
- Facultad Multidisciplinaria Paracentral (San Vicente).
- Instituto Nacional de Sensuntepeque.
- Instituto Nacional Nueva Esperanza del Bajo Lempa
- Instituto Nacional de Usulután.
- Facultad Multidisciplinaria Oriental (San Miguel).
- Instituto Nacional 14 de Julio de 1875 (San Francisco Gotera).
- Instituto Nacional Profesor Francisco Ventura Zelaya (Santa Rosa de Lima).

Nuestra facultad

Nuestra planta docente, comprometida con la formación académica capacitado para desarrollarse como tutor profesional y humanista

- Aulas con equipo informático, multimedia, pizarras interactivas.
- Laboratorios para aplicaciones informáticas.
- Plataforma Moodle para el desarrollo de clases virtuales, foros, chat, entre otros.
- Acceso libre a internet para los estudiantes en el campus de la facultad y sedes.
- Áreas de estudio, biblioteca virtual con plataformas ebsco, eBooks, ebrary, Wiley online library, tesario online, repositorio institucional.
- Amplias instalaciones, zonas verdes, parqueo.

Campos de la aplicación profesional

Todo graduado de la Licenciatura en Mercadeo Internacional podrá desempeñarse como:

- Director Comercial de Empresas privadas, Asociaciones no gubernamentales, entre otras.
- Director de Comunicaciones.
- Gerente de Marcas a nivel local, regional e internacional.
- Gerente de Mercadeo a nivel local, regional e internacional.
- Gerente de Cuentas claves.
- Consultor en áreas de Mercadeo para grandes, medianas y pequeñas empresas.
- Jefe de áreas aduanales, importaciones y exportaciones.
- Docente universitario.
- Publicista o creativo publicitario.
- Community manager.
- Director de marketing digital.
- Gerente de Ventas a nivel local, regional e internacional.
- Gerente de Trade Marketing o activador de marca en el punto de venta

Perfil de ingreso

- Poseer título de bachiller legalmente autorizado por el Ministerio de Educación de El Salvador.
- Conocimientos básicos de computación y uso de herramientas tecnológicas.
- Acceso a internet y computadora.
- Ser dinámico, expresivo y creativo.
- Disposición a asumir riesgos y responsabilidades.
- Espíritu emprendedor y de servicio a la sociedad.
- Habilidad para establecer conversación.
- Gusto por indagar y capacidad auto-didacta.
- Disposición a aprender un segundo idioma (inglés).
- Interés por la elaboración e implementación de estrategias de mercadeo.
- Interés por la normativa, sistemas y mecanismos para el desarrollo del comercio internacional.
- Disposición hacia los negocios y al trabajo en equipo.
- Interés por la cultura, valores y características de otras naciones.

Perfil profesional

El profesional graduado en Mercadeo Internacional, poseerá las competencias cognitivas relacionadas con las diferentes áreas de aprendizaje, además durante su carrera, habrá fortalecido habilidades y destrezas, actitudes y valores entre las que se pueden citar:

- Habilidad para la creación de campañas publicitarias.
- Identificación de oportunidades y debilidades de las empresas.
- Pensamiento reflexivo y crítico.
- Dominio de las TICs
- Fluidez verbal.
- Orientado hacia el bienestar comunitario.
- Muestra seguridad en sí mismo.
- Investigador.
- Ciudadano con conciencia Medio Ambiental, democrática y solidaria, en búsqueda del bien común.