



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

Escuela Superior Atotonilco de Tula

Licenciatura en Inteligencia de Mercados.

El alcance de la Licenciatura en Inteligencia de Mercados, es lograr la formación de capital humano con capacidades para hacer de sus conocimientos medios suficientes para desarrollar las fuerzas competitivas en las unidades productoras y comerciales del país, de tal manera que puedan responder de manera más eficiente a los cambios en el entorno mundial.

Los nuevos escenarios globales no conocen fronteras económicas y culturales, por lo que nuestro profesionista en inteligencia de mercados debe contar en su haber, con una visión global, que le permitirá generar alternativas y proposiciones a las empresas productoras, comerciales e institucionales, desde una perspectiva global, donde la consideración universal es la alta competencia, que se presenta conjuntamente con un incremento de posibilidades de acceder a nuevos mercados. El reto es que el número de participantes es también creciente.

Esta disciplina pretende identificar y entender la gran diversidad de mercados y los tipos de la práctica comercial en su complejidad relacional. Es decir, que permite diseñar y aplicar alternativas de inserción competitiva de las empresas, en los diversos mercados, sobre todo a las PYMES, con una visión global y prospectiva.

La Licenciatura en Inteligencia de Mercados es una respuesta positiva a la problemática planteada por los sectores económicos del país, respecto al manejo y distribución de productos y servicios en una economía de mercado; a partir de ello, ayuda a tomar en cuenta las prioridades y necesidades del consumidor, de esta manera se forman los recursos humanos, para entender la dinámica de cada tipo de mercado, ya sea por su ubicación geográfica, bien sea por los tipos de bienes y/o servicios, incluso por su tipo de competencia, además de identificar las oportunidades de nuevos segmentos de mercado y sostener o abarcar nuevos mercados.

La Licenciatura en Inteligencia de Mercados, es una carrera que apoya la diversificación productiva a través de la innovación de nuevos segmentos de mercado, canales de distribución, corredores comerciales geográficos o virtuales, pudiendo haciendo llegar a cualquier parte, de la nación y a nivel internacional, todo tipo de productos y servicios, permitiendo una amplia cobertura espacial.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

Escuela Superior Atotonilco de Tula

Misión

Formar Capital humano con la experiencia suficiente para identificar y entender la gran diversidad de mercados y comprender la práctica comercial como un elemento estratégico; visualizar la complejidad relacional de los mercados para impulsar la inserción competitiva de las empresas sobre todo de las PYMES, con una visión global y prospectiva; en el ámbito público, contara con la capacidad suficiente para apoyar a las instituciones en la generación de políticas públicas que fomenten la formación de nuevos mercados y regulen la práctica comercial orientada hacia el bienestar social y ambiental.

Visión

Ser un programa educativo que represente una oportunidad de desarrollo personal para jóvenes que buscan en una institución de prestigio, un ámbito de formación de competencias profesionales de alto valor, ampliamente reconocidas por la efectividad en las respuestas, que demanda la aguda complejidad de los mercados y la práctica comercial de bienes, servicios y de capital intelectual, en su intercambio físico y/o virtual, sujetos todos ellos a los impactos de la globalización productiva, financiera, tecnológica y de innovación.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

Escuela Superior Atotonilco de Tula

Perfil de ingreso

Se refiere a las características que los aspirantes deben presentar al incorporarse al programa educativo de Inteligencia de Mercados y que favorecerán su éxito. Debe estar organizado en términos de los conocimientos generales y específicos, aptitudes específicas para el área de Inteligencia de Mercados, habilidades relacionadas con lectura crítica, expresión oral y escrita, razonamiento y análisis, proceso de abstracción y representación, procedimientos para la resolución de problemas y actitudes e interés vocacional.

- Entre otros conocimientos generales deberá poseer nociones de comunicación, tecnología y procesos económicos.
- Valores éticos enfocados hacia la humanidad de manera que sea un individuo comprometido con su medio ambiente capaz de entenderlo para poder modificarlo en base a estos valores.
- El nivel adecuado para comunicarse en forma oral y escrita en español e inglés.
- Conocimientos sólidos en computación, puesto que se utilizará en forma muy intensiva las tecnologías de información para reforzar el aprendizaje.
- Nociones de comunicación, tecnología y procesos económicos.
- Nociones para la investigación, la crítica y el análisis.
- Iniciativa, ser sociable y creativo.
- Interés por apreciar otras culturas partiendo del conocimiento de la propia.

Perfil de egreso

El Licenciado en Inteligencia de Mercados egresado de la Escuela Superior de Atotonilco de Tula de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, de acuerdo a su formación sistémica, disciplinar y multidisciplinaria, podrá actuar profesionalmente en los siguientes campos de acción:

- Formación y/o operación de empresas propias.
- Prestación de servicios profesionales a empresas privadas nacionales e internacionales.
- Prestación de servicios profesionales a Instituciones públicas.
- Prestación de servicios de consultoría.
- Será capaz de diseñar y aplicar planes de inteligencia y desarrollo de mercados, con base a la gestión de información para la oportuna y estratégica toma de decisiones.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

Escuela Superior Atotonilco de Tula

Campo Laboral y funciones

Los egresados de la carrera en Inteligencia de Mercados cuentan con un amplio campo laboral, donde se pueden desempeñar, tanto en el ámbito institucional como en empresas privadas; en actividades como la planeación de sistemas locales y regionales de abastos, de la construcción de políticas públicas de comercialización, o bien en la búsqueda y entendimiento de los mercados actuales tanto a nivel local, local regional o internacional, identificar las necesidades, problemas y oportunidades susceptibles de convertirse en nuevos segmentos de mercado, no se omite la función de consultoría y la compra-venta de logística que como nueva actividad, la puede realizar un profesional de la Inteligencia de Mercados.

Descripción de funciones de un Licenciado en Inteligencia de Mercados:

- Vigilancia y monitoreo de mercados y productos a nivel nacional e internacional.
- Planeación estratégica de mercados y de prácticas comerciales.
- Visualización de estrategias de mercadotecnia.
- Gestión de procesos de innovación de productos, procesos comerciales y segmentación de mercados.
- Dominio de lengua extranjera.
- Manejo de Herramientas de tecnologías de la información.
- Trabajo en Equipo.
- Liderazgo.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

Escuela Superior Atotonilco de Tula

Alcances

Lograr la formación de capital humano con capacidades para hacer de sus conocimientos, medios suficientes para desarrollar las fuerzas competitivas en las unidades productoras y comerciales del país y de los cambios del entorno mundial.

Objetivos Curriculares

1. Identificar la dinámica de los mercados tanto de bienes y servicios como de productos financieros, aplicando herramientas y estrategias modernas en el intercambio físico y/o virtual de bienes y servicios, para la oportuna y objetiva toma de decisiones.
2. Lograr una formación profesional basada en la gestión científica de la información, entorno a los mercados, las diversas formas de la práctica comercial y su relacionamiento con las finanzas, la tecnología, la innovación, el capital humano y el capital intelectual, para impulsar la competitividad en las organizaciones productivas y la adecuada construcción de políticas públicas orientadas al desarrollo y bienestar social.
3. Desarrollar en nuestros educandos las capacidades suficientes para identificar y comprender las tendencias de la dinámica global, regional y local de los mercados, visualizando las oportunidades, que representen opciones de desarrollo competitivo a las empresas, sobre todo a las PYMES.
4. Consolidar a nivel de competencia profesional el atributo de la permanente actualización y el compromiso del egresado, con su entorno y con su país, para impulsar su inserción competitiva a la sociedad del conocimiento.
5. Coadyuvar con elementos teórico metodológicos, para la construcción de políticas públicas orientadas a lograr una competencia basada en el fortalecimiento de la capacidad productiva y de la innovación de la economía nacional, para hacer de los mercados, espacios de concreción de los esfuerzos sociales.
6. Desarrollar un compromiso ético-profesional necesario para fomentar valores de respeto, compromiso, cooperación, honestidad y responsabilidad para el desempeño de la profesión de inteligencia de mercados



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

Escuela Superior Atotonilco de Tula

Requisitos de Ingreso:

El aspirante a ingresar en el plan de estudios de la Licenciatura en Inteligencia de Mercados, deberá cubrir los requisitos siguientes:

- Haber cursado el bachillerato general o propedéutico en el área de Ciencias Económico Administrativa, en los términos estipulados por la normatividad universitaria vigente, lo cual acreditará con el original del Certificado de estudios, legalizado por las autoridades educativas correspondientes
- Tener un promedio general mínimo de siete (7)
- Aprobar el examen de admisión
- Certificado médico expedido por las instancias universitarias correspondientes para demostrar tener buena salud
- Satisfacer los requisitos exigidos por la normatividad universitaria vigente
- Presentar la documentación solicitada, en los plazos y formalidades exigidas en el Título Segundo del Reglamento Escolar vigente
- Haber sido aceptado mediante el proceso de selección y presentar los recibos que acrediten haber efectuado el pago de inscripción, colegiaturas y demás cuotas estipuladas
- Cumplir con los requisitos del Programa Educativo que se indiquen en la convocatoria.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

Escuela Superior Atotonilco de Tula

Asignaturas a cursar

1° Semestre Aprender a aprender Fundamentos de Metodología de la Investigación Economía y Sociedad Contabilidad básica Cálculo Diferencial e integral Lengua Extranjera I(Inglés)	5° Semestre Optativa I Políticas Públicas Teoría del Desarrollo Económico Optativa II Derecho Económico y Fiscal Lengua Extranjera V(Inglés)
2° Semestre México Multicultural Principios de Administración Microeconomía Administración Financiera Estadística Aplicada Lengua Extranjera II(Inglés)	6° Semestre Investigación de Mercados Inteligencia de Mercados y Toma de Decisiones Economía de la Innovación y la Competitividad Optativa III Optativa IV Lengua Extranjera VI(Inglés)
3° Semestre Desarrollo Sustentable y Medio Ambiente Administración Estratégica Macroeconomía Sistema Financiero Derecho Constitucional Lengua Extranjera III(Inglés)	7° Semestre Creatividad e Innovación Empresarial Servicio Social Optativa V
4° Semestre Sistemas y Redes de Mercadeo Logística Nacional e Internacional Teoría del Comercio Internacional Fundamentos de Mercadotecnia Derecho Corporativo Lengua Extranjera IV(Inglés)	8° Semestre Prácticas Profesionales Consultoría Optativa VI



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

Escuela Superior Atotonilco de Tula

Titulación

Según el artículo 85 del Reglamento de Administración Escolar para obtener el título de licenciatura en la UAEH el alumno deberá concluir el programa educativo correspondiente, además de:

- I. Cumplir con los requisitos establecidos en el programa
- II. Presentar el examen general de egreso
- III. Tramitar la integración de su expediente conforme a las disposiciones aplicables, y
- IV. Cumplir con el acto protocolario