

PROPOSITOS DEL PROGRAMA

Con base en los principios que orientan el Programa y en concordancia con el PEI de la Universidad de los Llanos, el Programa de Mercadeo tiene como propósitos de formación:

Propósito Científico

Desarrollar actitudes y aptitudes tendientes a la aprehensión, práctica y generación del conocimiento a través de una cultura investigativa, que promueva la participación e inclusión en proyectos de investigación que generen nuevos conocimientos y conduzcan a dar solución a los problemas de la región y el país.

Propósito Técnico

Desarrollar habilidades y destrezas relacionadas con la formación del estudiante apropiadas para generar competitividad nacional e internacional en el campo del Mercadeo.

Propósito Ético Axiológico

Desarrollar actitudes éticas y profesionales que le permitan un desempeño basado en el bienestar del cliente y el crecimiento empresarial, fundamentado en el desarrollo sostenible.

Perfil de ingreso

El aspirante debe tener una actitud crítica y analítica frente a los cambios del entorno, aptitudes para comunicarse muy creativo y con responsabilidad y sensibilidad social.

Perfil profesional

El egresado del programa de Mercadeo de la Universidad de los Llanos es ante todo un líder humano y ético, comprometido con la intervención en el Sistema de Marketing de su entorno, en coherencia con el desarrollo socioeconómico y ambiental, con capacidad para un acertado proceso de toma de decisiones.

Perfil Ocupacional

El egresado del Programa de Mercadeo de la Universidad de los Llanos es competente para analizar el entorno por cuanto:

Realiza análisis del mercado y determina la viabilidad de lanzamiento y posicionamiento de ideas, personas, bienes y servicios, diseñados para satisfacer éticamente las necesidades de los consumidores.

Analiza la mezcla de marketing en las empresas, para estructurar y retroalimentar el portafolio de valores y propone alternativas de mejoramiento empresarial.

Dirige o diseña los departamentos de Mercadeo y realiza la evaluación de desempeño de sus miembros.

Tiene una sólida formación teórica y conceptual, que le permite el desarrollo de competencias en la gestión estratégica de marketing con base en la capacidad analítica e investigativa de los mercados, contribuyendo así a la competitividad de las empresas y del entorno donde se desenvuelva.