

## **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.