



Licenciatura en Mercadotecnia en Orientación en Investigación de Mercados

La **Licenciatura en Mercadotecnia con Orientación en Investigación de Mercados de UNIR México** está pensada para quienes quieren comprender al consumidor, interpretar tendencias y transformar datos en decisiones estratégicas de marketing. Esta orientación profundiza en el uso de herramientas digitales y tecnológicas para el análisis de información, así como en metodologías cualitativas y cuantitativas que permiten detectar oportunidades, evaluar mercados y fortalecer el posicionamiento de productos, servicios y marcas. El estudiante desarrollará una visión analítica de la mercadotecnia, aprendiendo a convertir información sobre consumidores, competencia y entorno en estrategias comerciales más precisas, innovadoras y orientadas a resultados.

Perfil recomendado

- Personas interesadas en la mercadotecnia, el análisis del consumidor y la investigación de mercados.
- Aspirantes con interés por interpretar datos, tendencias y comportamientos de compra para apoyar decisiones comerciales.
- Perfiles con habilidades de comunicación, pensamiento analítico y capacidad para trabajar con información cualitativa y cuantitativa.
- Personas que quieran desarrollarse en áreas de marketing estratégico, inteligencia de mercado, análisis comercial, posicionamiento de marca o comercio electrónico.

- Estudiantes con conocimientos o interés en ciencias sociales, redacción, investigación documental, comunicación visual e imagen publicitaria.

Qué aprenderás

- Analizar el comportamiento del consumidor y los mercados para identificar oportunidades de negocio.
- Aplicar metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa para generar información estratégica.
- Recolectar, analizar e interpretar datos que respalden decisiones de mercadotecnia y ventas.
- Utilizar técnicas estadísticas, análisis bivariante y multivariante, y herramientas digitales para estudiar consumidores y mercados.
- Diseñar estrategias de posicionamiento de productos y servicios adaptadas a entornos digitales y globales.
- Comunicar hallazgos de investigación y convertirlos en recomendaciones accionables para campañas, marcas y áreas comerciales.
- Gestionar proyectos de mercadotecnia con visión integral, considerando objetivos comerciales, experiencia del consumidor y resultados de negocio.

Plan de estudios de la orientación

- Investigación de Mercados I
- Dirección Estratégica de la Empresa
- Inteligencia Artificial aplicada a la productividad

- Branding y Producto
- Investigación de Mercados II
- Métricas y analíticas digitales.
- Inteligencia de negocios aplicada a la empresa.
- Ética, Legislación y Deontología
- Decisiones Estratégicas de Marketing
- Decisiones sobre Gestión Comercial de Precios
- Decisiones sobre Distribución Comercial
- Comercio Electrónico

