

PERFILES

Ingreso

Se espera que el aspirante al Programa de Mercadeo sea un ser humano:

- Con amor propio, integral, propositivo y orientado al logro de objetivos.
- Consciente social, honesto, responsable y respetuoso de las normas y la ley.
- Con capacidad de afrontar dificultades y encontrar solución a los problemas.
- Con visión para construir su proyecto de vida en armonía con el medio ambiente y la diversidad.

Formación

Comprender: Una persona con interés, motivación investigativa y una cosmovisión interdisciplinaria para la interpretación de modelos, teorías, técnicas y herramientas del marketing.

Hacer: Una persona con pensamiento estratégico con enfoque global, consciente y responsable desde la ética y la recta razón en la toma de decisiones y gestión del marketing.

Obrar: Una persona orientada al logro, con consciencia y responsabilidad social y sentido práctico, capaz de interactuar con ética y armonizadamente en la transformación de su entorno, la generación de valor y de alternativas de desarrollo sostenible.

Comunicar: Una persona crítica, proactiva, capaz de trascender el ser biológico en ser social y cultural, de evaluar el contexto del marketing, con creatividad, innovación e interacción con los lenguajes relacionados con su disciplina.

Egreso

- Conocedor profundo del consumidor y de los mercados (demanda y oferta).
- Desarrollador de oferta de valor en el marco de la creatividad y la innovación.
- Constructor y gestor de marcas.
- Estratega con visión humanista y gerencial en un entorno tecnológico y global.

Ocupacional

El profesional en Mercadeo de la Universidad Santo Tomás estará en capacidad de desempeñarse en los roles o cargos en sectores como consumo masivo, servicios, gobierno, comercio, tecnología, industria y otros.

En el nivel básico: Analista de mercados, asistente de mercadeo, supervisor de campo en investigación de mercados, asistente de marca o asistente de servicio al cliente, entre otros.

En el nivel de gerencia media: Supervisor de ventas, coordinador de mercadeo o marketing, jefe de logística comercial, gerente o director regional de ventas, gerente de zona, gerente de precios, jefe de canales o jefe de trade marketing.

En el nivel de alta gerencia: Gerente de marca, gerente nacional de ventas, gerente de mercadeo o marketing, gerente de línea de productos, gerente de canales, gerente de internacionalización o gerente del servicio al cliente. También podrá llegar a ser vicepresidente o presidente de mercadeo como se estila en algunas empresas. Finalmente en el nivel independiente, podrá consolidarse como consultor, empresario, investigador de mercados y similares.



TESTIMONIOS DESTACADOS

GUSTAVO RIVEROS POLANÍA

Docente de la Facultad de Mercadeo, regentando los espacios académicos de Canales de Distribución y Logística, y Auditoría de Mercadeo.

"El Mercadeo es el sentir del corazón empresarial".



NATALIA GONZÁLEZ RAMÍREZ

"Tengo el privilegio de decir que soy egresada de la Universidad Santo Tomás en el programa de Mercadeo. Gracias a los consejos de los docentes, donde nos invitan a ser proactivos, innovadores y a vincularnos con el sector real mientras se está estudiando, hoy soy una gran profesional".



MARÍA PAULA OCHOA RAMÍREZ

"El mercadeo no es solo una carrera profesional, es una pasión que ha marcado mi vida".



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704

INFORMES E INSCRIPCIONES

Sede Principal, Bogotá (Carrera 9.a n.º 51-11) - PBX: 5878797

Línea gratuita nacional 018000111180 - correo electrónico: contactenos@usantotomas.edu.co

¿Tienes dudas sobre el programa?

Comunícate con nosotros al 5878797 ext. 3366 y/o al correo secre.mercadeo@usantotomas.edu.co

Página web: facultadmercadeo.usta.edu.co

Edificio Dr. Angélico (Carrera 9.a n.º 72-90)

USTA.EDU.CO



[f](#) Mercadeo Usta

[@100mkusta](#)

[Mercadeousta](#)



Impreso el 15 de febrero de 2019



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
FACULTAD DE MERCADERO

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Vigencia por seis años



MERCADEO

SNIES 90373 / Resolución Registro Calificado 18449 del 20 de septiembre de 2016 vigencia 7 años / Duración 9 semestres

Modalidad: Diurna / Nocturna

9 semestres

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA

Misión

El programa de Mercadeo de la Universidad Santo Tomás está comprometido en brindar una formación integral de carácter humanista, centrado en la creatividad e innovación, con sentido práctico y uso de las TICs. Para ello, se sustenta sobre el conocimiento profundo del consumidor y de los mercados, la construcción de marcas, la visión gerencial y capacidad estratégica con enfoque global, con el fin de generar crecimiento y desarrollo en organizaciones de los diversos sectores económicos y sociales en el orden local, regional, nacional e internacional.

Visión

Para el año 2027 el programa de Mercadeo será reconocido a nivel nacional e internacional por su pertinencia en los campos académico, social y organizacional, reflejado en la promoción de la docencia, la investigación y la proyección social, a partir de la comprensión de los escenarios de intercambio, desde el conocimiento del consumidor, los mercados y la construcción de las marcas, para la ejecución de estrategias de alto valor diferenciador con creatividad, innovación y apropiación tecnológica.

Objetivos

Formar estrategias de mercadeo con capacidad para identificar las oportunidades más relevantes y direccionar estratégicamente el marketing para la generación de valor al individuo, a las organizaciones y a la sociedad, teniendo al ser humano como eje para la toma de decisiones desde el rigor científico, apropiando el conocimiento y tecnologías de frontera encaminadas a las transformaciones de realidades sociales desde la recta razón.

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

ESTRUCTURA Y COMPONENTE FLEXIBLE

- 9 Semestres
- 148 Créditos académicos
- 6 Niveles de inglés
- 4 Espacios opcionales complementarios

- 4 Espacios de profundización
- 1 Espacio opcional institucional
- 1 Espacio de práctica profesional o social

- Hasta 25 % de los créditos pueden ser espacios virtuales
- Jornadas diurna y nocturna

NÚCLEOS TEMÁTICOS

- El consumidor
- Los procesos de intercambio
- Los mercados y otros escenarios de intercambio
- Las marcas
- Los procesos de gestión del marketing

¡GRADUADO!
SOY UN PROFESIONAL
EGRESADO DE LA SANTOTO



OPCIONES DE PROFUNDIZACIÓN

- Opción 1:** Finanzas Internacionales (con Negocios Internacionales)
 - Opción 2:** Marketing Internacional (con Negocios Internacionales)
 - Opción 3:** Publicidad (con Diseño Gráfico)
 - Opción 4:** Logística (con Ingeniería Industrial)
 - Opción 5:** Análisis Estadístico de Mercados (con Estadística)
 - Opción 6:** Finanzas (con Administración de Empresas)
 - Opción 7:** Estrategia Organizacional (con Administración de Empresas)
 - Opción 8:** Derecho (con Derecho)
 - Opción 9:** Marketing Político (con Gobierno y Relaciones Internacionales)
- Opcionales complementarias específicas del programa**
- Gerencia de la Producción, Logística y Distribución Internacional
 - Marketing Social
 - Sistemas de Información Gerencial
 - Green Marketing
 - Derecho Comercial y Publicitario
 - Auditoría de Mercadeo
 - Marketing Relacional
 - Mercadeo Internacional y Fundamentos de Negocios Internacionales

OPCIÓN DE DOBLE PROGRAMA

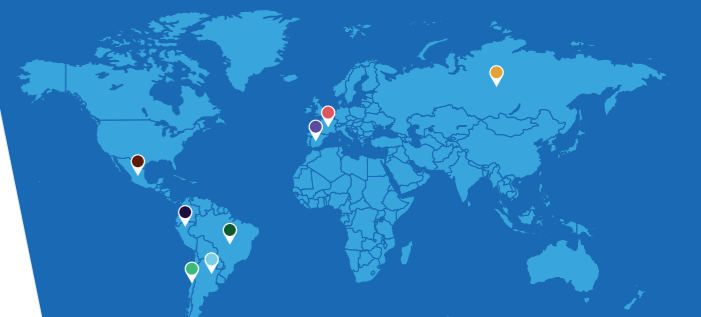
Con cualquier programa de la División de Ciencias Económicas y Administrativas (Negocios Internacionales, Administración de Empresas, Economía, Estadística y Contaduría) o con cualquier programa afín de la USTA Colombia, con hasta el 50 % de créditos homologables.

OPCIONES DE GRADO

- Promedio académico mayor o igual a 4.3
- Trabajo de grado
- Auxiliar de investigación
- Iniciativa empresarial
- Periplo internacional
- Plan coterminal de posgrados USTA Colombia

CONVENIOS USTA

Más de 300 convenios internacionales y 67 convenios nacionales



- BRASIL
- CHILE
- ARGENTINA
- PERÚ
- MÉXICO
- ESPAÑA
- FRANCIA
- RUSIA