

LICENCIATURA EN **MARKETING**



Toda persona se desarrolla intentando satisfacer sus necesidades y para ello resulta imprescindible resolver las mismas a fin de lograr el objetivo buscado. Así se mueven los seres vivos en la naturaleza y de igual manera se procede en los mercados.

Esa es la esencia del marketing, "satisfacer necesidades en forma lucrativa". Hoy el concepto de "hombre de marketing" ha superado ampliamente el vínculo de éste para con la "simple" venta. La organización, si pretende su permanencia en el mercado, requiere en "su todo" estar alineada tras los principios y criterios del marketing moderno.

En la actualidad, el Licenciado en Marketing del Siglo XXI, cumple un rol fundamental en las organizaciones y de hecho, toda empresa exitosa es dirigida por directivos con un sólido criterio en gestión y marketing.

Para alcanzar esto, la formación que brindamos está fundamentada en un profundo conocimiento del marketing pero sin dejar de lado el necesario saber de gestión, administración; dado que sin estos últimos se estaría trabajando sobre entelequias y no sobre las realidad que deben ser enfrentadas.

METODOLOGÍA

Sin descuidar un fuerte contenido ético la Universidad Maimónides prepara a los futuros Licenciados para que se encuentren en plenas condiciones para actuar como especialistas en los distintos campos que encierra el marketing y/o con sobrada solvencia en la dirección de proyectos negocios y administración en general.

Nuestra Universidad ofrece a sus alumnos profesores con amplia experiencia profesional en la docencia y la práctica laboral, elemento trascendente a la hora de transmitir conceptos teóricos pero sobre la base de la experiencia en nuestro país y contexto mundial.



TÍTULO FINAL Licenciado en Marketing

DURACION 4 años

MODALIDAD Presencial

📍 Hidalgo 775 / C1405BCK (CABA, Argentina)

☎ 4905 - 1157 / 1162

✉ marketing@maimonides.edu

🌐 marketing.maimonides.edu



PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER AÑO

Humanidades
Principios de Administración
Matemática de Negocios
Sistemas Administrativos
Introducción al Marketing
Economía
Proyecto Empresarial
Instituciones de Derecho Público
Contabilidad y Gestión
Estadística
Marketing I

SEGUNDO AÑO

Sistemas Contables
Finanzas
Marketing II
Instituciones de Derecho Privado
Control y Gestión de Costos
Sistemas de Información en Marketing
Derecho Fiscal
Sociología de las Organizaciones y Responsabilidad Social
Microeconomía
Tecnologías de la Información

TERCER AÑO

Motivaciones del Consumidor
Marketing Aplicado
Comunicaciones Integradas de Marketing
Marketing Directo
Investigación de Mercado
Marketing III
Política de Precios y Logística y Distribución
Administración Comercial
Práctica Profesional I

CUARTO AÑO

Práctica Profesional II
Marketing Internacional
Derecho Empresarial
Política y Desarrollo de Productos
Estrategia Empresarial
Administración de Recursos Humanos
Dirección Comercial
Principios de Management
Marketing de Servicios
Marketing Institucional