

## Examen General para el Egreso de la Licenciatura en Mercadotecnia EGEL-MERCA

### Contenido del examen

Las áreas corresponden a ámbitos profesionales en los que actualmente se organiza la labor del licenciado en Mercadotecnia. Las subáreas comprenden las principales actividades profesionales de cada uno de sus ámbitos. Por último, los aspectos por evaluar identifican los conocimientos y habilidades necesarios para realizar tareas específicas relacionadas con cada actividad profesional. Los reactivos que conforman el examen han sido validados técnicamente por especialistas miembros del Comité Académico.

### Estructura del EGEL-MERCA por áreas y subáreas

Área/ Subárea	Núm. de reactivos	% en el examen	Distribución de reactivos por sesión	
			1a	2a
<b>A. Estrategias de mercadotecnia</b>	<b>64</b>	<b>27.59</b>	<b>64</b>	
1. Planeación de programas de mercadotecnia	20	8.62	20	
2. Coordinación de programas de mercadotecnia	11	4.74	11	
3. Diseño de estrategias de precios, producto, promoción y plaza	7	3.02	7	
4. Evaluación de las estrategias de precios	10	4.31	10	
5. Planificación estratégica del mercado	16	6.90	16	
<b>B. Investigación de mercados</b>	<b>63</b>	<b>27.16</b>		<b>63</b>
1. Diseño de proyectos de investigación	22	9.48		22
2. Realización de proyectos de investigación	9	3.88		9
3. Estimación del ciclo de vida de un producto	13	5.60		13
4. Identificación del mercado meta de los productos y servicios	8	3.45		8
5. Desarrollo de inteligencia de mercadotecnia	11	4.74		11
<b>C. Estrategia de comercialización y ventas</b>	<b>37</b>	<b>15.95</b>		<b>37</b>
1. Definición de los procesos adecuados para la comercialización de productos	13	5.60		13
2. Desarrollo de estrategias de distribución y logística	9	3.88		9

**Examen General para el Egreso de la Licenciatura en Mercadotecnia**

**EGEL-MERCA**

3. Administración de estrategias de ventas	15	6.47		15
<b>D. Emprendedor de negocios</b>	<b>37</b>	<b>15.95</b>	<b>37</b>	
1. Planificación de negocios	20	8.62	20	
2. Innovar productos y servicios	17	7.33	17	
<b>E. Dirección de la mezcla de promoción</b>	<b>31</b>	<b>13.36</b>	<b>19</b>	<b>12</b>
1. Planificación de campañas de comunicación	19	8.19	19	
2. Coordinación de campañas de comunicación	12	5.17		12
<b>Total</b>	<b>232*</b>	<b>100</b>	<b>120</b>	<b>112</b>

\*Adicionalmente se incluye 20.69% de reactivos piloto

Estructura aprobada por el Consejo Técnico del EGEL- MERCA el 12 de septiembre de 2013.