



LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

PLAN TETRAMESTRAL

3 AÑOS, 4 MESES CON TITULACIÓN AUTOMÁTICA

OBJETIVO DE CARRERA



Formar profesionistas capaces de diseñar programas integrales de mercadotecnia en el mercado local, nacional o internacional, identificando oportunidades para el crecimiento de empresas considerando los medios electrónicos.

Analizar y evaluar las preferencias del consumidor para la toma de decisiones en las áreas de: producto, precio, marca, comercialización y ventas; trabajando con apego a valores y alto sentido de responsabilidad, tomando en cuenta el desarrollo y expansión de las empresas para beneficio económico del país.

PERFIL DE INGRESO



El aspirante a la Licenciatura en Mercadotecnia debe tener conocimientos básicos en administración, contabilidad, matemáticas, inglés y computación, así como habilidades en comunicación oral y escrita, pensamiento analítico, trabajo en equipo y resolución de problemas. Es importante que muestre interés por los negocios, la globalización y el emprendimiento, además de contar con iniciativa, creatividad, disciplina y capacidad para trabajar bajo presión. Se valoran actitudes como el respeto, la ética, la empatía y la responsabilidad social, junto con la disposición para aprender de forma autónoma y colaborar en entornos diversos. También es fundamental que tenga apertura al uso de tecnologías y al contexto internacional.

PERFIL DE EGRESO



El egresado será capaz de diseñar, implementar y evaluar estrategias de mercadotecnia tanto en contextos locales como internacionales, con habilidades para analizar mercados, desarrollar productos, fijar precios y gestionar canales de distribución. Dominará herramientas tecnológicas y de comunicación que le permitirán tomar decisiones informadas, además de contar con competencia en español e inglés en ámbitos profesionales. Aplicará principios éticos y legales en su trabajo, estará preparado para liderar equipos y emprender proyectos innovadores, y podrá desempeñarse en áreas como ventas, publicidad, consultoría y docencia. Con una visión estratégica para enfrentar los retos del entorno económico global, promoverá el desarrollo organizacional con responsabilidad social, contribuyendo así al crecimiento sostenible de las empresas gracias a su formación integral.



PLAN DE ESTUDIOS

1 CONTABILIDAD I. ADMINISTRACIÓN I. MATEMÁTICAS BÁSICAS. INTRODUCCIÓN AL DERECHO. TALLER DE HABILIDADES PARA APRENDER. INGLÉS I.

5 ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN. COSTOS II. MERCADOTECNIA SOCIAL Y DE SERVICIOS. ESTADÍSTICA INFERENCIAL. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. BUSINESS.

8 MERCADOTECNIA DIGITAL I. PUBLICIDAD II. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN. SEMINARIO DE VENTAS. FINANZAS II. INVESTIGACIÓN

2 CONTABILIDAD II. ADMINISTRACIÓN II. MATEMÁTICAS FINANCIERAS. DERECHO CORPORATIVO. MICROECONOMÍA. INGLÉS II.

6 MERCADOTECNIA INTERNACIONAL. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II. GESTIÓN DE SISTEMAS DE CALIDAD. ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS DE PRECIOS. DISEÑO GRÁFICO. SOFTWARE ADMINISTRATIVO.

9 MERCADOTECNIA DIGITAL II. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS. LEGISLACIÓN DE LA MERCADOTECNIA. PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN.

3 CONTABILIDAD III. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO. MACROECONOMÍA. DERECHO LABORAL. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN. INGLÉS III.

7 ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. ADMINISTRACIÓN Y PROMOCIÓN DE VENTAS. PUBLICIDAD I. FINANZAS I. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. ÉTICA Y FORMACIÓN PROFESIONAL.

10 TALLER DE TEMAS SELECTOS DE MERCADOTECNIA. NEGOCIOS ELECTRÓNICOS. EMPRENDEDORES. RESIDENCIAS PROFESIONALES.

4 PROYECCIONES DE MERCADO. COSTOS I. ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA. MERCADOTECNIA. COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MERCADOTECNIA. INGLÉS IV.