

LICENCIADO EN MERCADOTECNIA



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

Los aspirantes deben de poseer capacidad de concentración, análisis y síntesis. Habilidad de observación, de expresión verbal y escrita, para indagar y tomar decisiones; con conocimientos básicos de computación, actitud para trabajar en equipo y bajo presión. Ser ético, imaginativo y creador.

PERFIL DE EGRESO

El egresado podrá ejercer la docencia, servicios, asesoría y consultoría, en los diferentes sectores económicos de comercio, servicios, industria privada y pública. Capaz de generar tácticas y estrategias para el mercado a nivel local, regional, nacional o internacional, que puntualicen el crecimiento o expansión de la empresa. Podrá contribuir al desarrollo de la empresa, dando respuestas oportunas, con planes estratégicos que permitan reducir el impacto de posibles eventos no adecuados, con las acciones mercadológicas más idóneas. Será capaz de dirigir, promocionar, vender, crear o innovar productos, planear y ejecutar campañas de publicidad apegado a la ética y la normatividad para los productos y mercados.

PLAN DE ESTUDIOS

1 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD. ADMINISTRACIÓN I. MATEMÁTICAS BÁSICAS. INTRODUCCIÓN AL DERECHO. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO Y DE LA INVESTIGACIÓN. INGLÉS I.

2 CONTABILIDAD I. ADMINISTRACIÓN II. MATEMÁTICAS FINANCIERAS. DERECHO MERCANTIL. MICROECONOMÍA. INGLÉS II.

3 CONTABILIDAD II. CAPITAL HUMANO. MACROECONOMÍA. DERECHO LABORAL. COMPUTACIÓN. INGLÉS III.

4 MERCADOTECNIA I. COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MERCADOTECNIA. COSTOS I. ESTADÍSTICA. BUSINESS I.

5 MERCADOTECNIA II. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I. ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD. COSTOS II. ESTADÍSTICA APLICADA. SOFTWARE ADMINISTRATIVO. BUSINESS II.

6 ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II. PROYECCIONES DE MERCADO. DISEÑO GRÁFICO. ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

7 MERCADOTECNIA INTERNACIONAL. PUBLICIDAD I. ADMINISTRACIÓN DE VENTAS. ANÁLISIS DE PRECIOS. CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA. FINANZAS I.

8 MARCO LEGAL DE LA MARCA. PUBLICIDAD II. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. FINANZAS II. INVESTIGACIÓN.

9 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN. SEMINARIO DE VENTAS. EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN. EMPRENDEDORES. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.

10 MERCADOTECNIA DIGITAL. INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS. NEGOCIOS ELECTRÓNICOS. ÉTICA PROFESIONAL.

3 años, 4 meses con titulación automática
Plan tetramestral