



Licenciatura en **Mercadotecnia**

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial S.E.P.
Acuerdo No. 20100696 de fecha 2 de junio de 2010

Antecedentes Académicos de Ingreso.

- Bachillerato o equivalente.

Objetivo

Formar profesionistas capaces de desarrollar estrategias de comercialización, con técnicas modernas y elementos de la mezcla mercadológica, así como dirigir las fuerzas de ventas, identificando los mercados más rentables, a partir de misiones empresariales, para realizar los procesos de negociación e intercambio de bienes y servicios acordes con el desarrollo del país y con una visión en el ámbito internacional.

Plan de Estudios

Esta carrera se imparte bajo el Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la Secretaría de Educación Pública. El plan de estudios se cubre en nueve cuatrimestres, que corresponden a tres años de preparación académica. Las asignaturas que lo conforman cubren los distintos aspectos mercadológicos y de negociación, complementadas con otras de carácter administrativo, legal, financiero, contable, informático y humanístico, que proporcionan al egresado una preparación académica integral.

Campo de Acción

El Licenciado en Mercadotecnia tiene una amplia y variada posibilidad de alternativas donde puede desempeñarse profesionalmente, en empresas públicas y privadas, en organismos corporativos, en agencias de publicidad, en instituciones de crédito o de seguros, en centros educativos, de investigación; así como en despachos ejecutivos o mediante la presentación de servicios independientes de asesoría o consultoría.

Perfil de Egreso

El Licenciado en Mercadotecnia, es el profesionalista capaz de:

- Analizar e interpretar técnicas mercadológicas para la comercialización efectiva de bienes y servicios.
- Elaborar proyectos de comercialización que fomenten la estabilidad y rentabilidad de la empresa.
- Diseñar y aplicar modelos promocionales y de relaciones públicas.
- Desarrollar estrategias de comercialización de productos en las áreas de mercadotecnia y ventas.
- Utilizar técnicas de mercadotecnia de comercialización y diseño de base de datos, con adquisición de la informática.
- Ejercer la práctica profesional con ética y responsabilidad frente a las necesidades económico-sociales del país en general y de la empresa en particular, con actitud de liderazgo reflexivo.

ASIGNATURAS

1er. CUATRIMESTRE

- INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN
- MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LA ADMINISTRACIÓN
- INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD GENERAL
- INTRODUCCIÓN AL DERECHO
- DINÁMICA SOCIAL

4o. CUATRIMESTRE

- INTRODUCCIÓN A LA MERCADOTECNIA
- INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
- MEDIOS PUBLICITARIOS
- ADMINISTRACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN
- DERECHO LABORAL
- ESTADÍSTICA
- TALLER DE EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA II

7o. CUATRIMESTRE

- MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA
- MERCADOTECNIA INTERNACIONAL
- PROMOCIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS
- ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD
- INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES II
- COMERCIALIZACIÓN ELECTRÓNICA
- COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2o. CUATRIMESTRE

- ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL
- INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA
- CONTABILIDAD DE COSTOS BÁSICOS
- SISTEMAS COMPUTACIONALES
- MÉTODOS Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

5o. CUATRIMESTRE

- MERCADOTECNIA TÁCTICA
- ADMINISTRACIÓN DE VENTAS
- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS ESPECIALES
- MICROECONOMÍA
- COMPUTACIÓN APLICADA A LA MERCADOTECNIA
- DERECHO MERCANTIL
- ESTADÍSTICA Y MUESTREO PARA MERCADOTECNIA

8o. CUATRIMESTRE

- MERCADOTECNIA DE SERVICIOS
- COMERCIALIZACIÓN EN MERCADOS INTERNACIONALES
- PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN EN MERCADOS INTERNACIONALES
- NOCIONES DE FINANZAS
- ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA DE NEGOCIOS
- ÉTICA PROFESIONAL
- COMERCIO INTERNACIONAL

3er. CUATRIMESTRE

- ORÍGENES Y PERSPECTIVAS DE LA MERCADOTECNIA
- INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD
- ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL
- MATEMÁTICAS FINANCIERAS
- SOFTWARE DE APLICACIONES
- CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA
- TALLER DE EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA I

6o. CUATRIMESTRE

- MERCADOTECNIA DE PRODUCTOS
- DIRECCIÓN Y CONTROL DE VENTAS
- TALLER DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
- RÉGIMEN LEGAL DE LA MERCADOTECNIA
- MACROECONOMÍA
- INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES I
- SOCIOLOGÍA EN MERCADOTECNIA

9o. CUATRIMESTRE

- PROYECTOS Y FINANCIAMIENTO EN MERCADOTECNIA
- ESTRATEGIAS DE COMERCIO INTERNACIONAL
- TALLER DE CREACIÓN Y EVALUACIÓN PUBLICITARIA
- SIMULADORES ESTRATÉGICOS EN MERCADOTECNIA
- SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN
- SEMINARIO DE HUMANÍSTICA