

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA



UNIVERSIDAD



CENTRO DE INVESTIGACIÓN

**CAMPUS
CIUDAD DE MÉXICO**

RVOE 20180518
25 DE ABRIL DE 2018
MODALIDAD MIXTA

**CAMPUS
SAN JUAN DEL RÍO**

RVOE 20211096
18 DE JUNIO DE 2021
MODALIDAD MIXTA

INCORPORADA A LA SEP



REQUISITOS:

- Certificado Total de Estudios de Bachillerato (original y copia).
- Constancia de Validación del Certificado de Bachillerato por parte de la Institución Emisora (original, sellada, firmada y membretada).
- Acta de Nacimiento (original y copia).
- Identificación Oficial (copia).
- CURP (copia).
- Comprobante de Domicilio (copia).
- 2 fotografías (tamaño infantil).
- Solicitud de Inscripción.
- Pago de Inscripción.
- Formato de Beca.

¿TE GUSTA IDENTIFICAR Y ANALIZAR LAS NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES?

MERCADOTECNIA

es la carrera que estás buscando.

Serás capaz de:

- Crear y desarrollar estrategias efectivas de marketing empleando herramientas tecnológicas para generar nuevos modelos de negocio de manera exitosa.
- Desarrollar e implementar los programas de comunicación integral de mercadotecnia en el ámbito nacional e internacional.
- Identificar las necesidades y actitudes de los consumidores con la finalidad de planear, diseñar e implementar estrategias que permitan proporcionar, servicios que aseguren su completa satisfacción, así como el logro de los objetivos de la empresa a la que pertenecen.

CUATRIMESTRE

1	Introducción a la Mercadotecnia.	Teoría General de la Administración.	Metodología de la Investigación.	Derecho Mercantil.	Administración Publicitaria.	Introducción a la Publicidad.
2	Fundamentos de Ventas.	Administración de la Mercadotecnia.	Investigación Cuantitativa y Cualitativa.	Sociología.	Matemáticas Aplicadas a la Mercadotecnia y Administración	Micro y Macro Economía.
3	TLC y Tratados Internacionales.	Comportamiento del Consumidor.	Relaciones Públicas.	Régimen Legal de la Mercadotecnia.	Tecnologías de la Información y Comunicaciones.	Entorno Económico Internacional.
4	Estadística.	Segmentación de Mercados.	Investigación de Mercados.	Desarrollo de Habilidades Directivas.	Publicidad y Empresas.	Problemas Sociopolíticos en México.
5	Estrategias Mercadológicas.	Sistemas de Información de Mercados.	Administración y Control Financiero.	Propaganda y Publicidad.	Publicidad Exterior.	Mercadotecnia Social y Política.
6	Imagen Corporativa.	Comercio Electrónico.	Marketing de Franquicias.	Responsabilidad Social Empresarial.	Medios de Comunicación Colectiva.	Desarrollo de Productos.
7	Gerencia de Marca.	Logística y Distribución.	Mercadotecnia Directa.	Mercadotecnia Multicultural.	Mercadotecnia Industrial.	
8	Mercadotecnia de Servicios.	Costos y Fijación de Precios.	Mercadotecnia Operativa.	Mercadotecnia Internacional.	Taller de Campañas Publicitarias.	
9	Técnicas de Negociación.	Seminario de Investigación.	Benchmarking.	Ética Corporativa.		

ÁREAS:




- FORMATIVA
- PROFESIONAL
- INTEGRAL

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA
 PLAN DE ESTUDIOS CAMPUS SAN JUAN DEL RÍO

CUATRIMESTRE

1	Introducción a la Mercadotecnia.	Teoría General de la Administración.	Metodología de la Investigación.	Derecho Mercantil.	Administración Publicitaria.
2	Introducción a la Publicidad.	Fundamentos de Ventas.	Administración de la Mercadotecnia.	Investigación Cuantitativa y Cualitativa.	Sociología de los Mercados.
3	Matemáticas Aplicadas a la Mercadotecnia.	Micro y Macro Economía.	Tratados Internacionales de Libre Comercio.	Comportamiento del consumidor.	Relaciones Públicas.
4	Régimen Legal de la Mercadotecnia .	Tecnologías de la Información y Comunicación.	Entorno Económico Internacional.	Estadística.	Segmentación de Mercados.
5	Investigación de Mercados.	Desarrollo de Habilidades Directivas.	Publicidad y Empresas.	Problemas Sociopolíticos de México.	Extrategias Mercadológicas.
6	Sistema de Información de Mercados.	Administración y Control Financiero.	Propaganda y Publicidad.	Publicidad Exterior.	Mercadotecnia Social y Política.
7	Imagen Corporativa.	Comercio Electrónico .	Marketing de Franquicias.	Responsabilidad Social Empresarial.	Medios de Comunicación Colectiva.
8	Desarrollo de Productos.	Gerencia de Marca.	Logística y Distribución.	Mercadotecnia Directa.	Mercadotecnia Multicultural.
9	Mercadotecnia Industrial.	Mercadotecnia de Servicios.	Costos y Fijación de Precios.	Mercadotecnia Operativa.	Mercadotecnia Internacional.
10	Taller de Campañas Publicitarias.	Técnicas de Negociación.	Seminario de Investigación.	Benchmarking.	Ética Corporativa.

ÁREAS:

-  FORMATIVA
-  PROFESIONAL
-  INTEGRAL