



## PLAN DE ESTUDIOS

### OBJETIVO GENERAL

Formar profesionales en Mercadotecnia, con los conocimientos técnicos y prácticos requeridos en el campo laboral donde se desempeñe, consolidarse como líderes que generen el cambio y sean capaces de crear soluciones en su área de desempeño, con actitud ética, responsable y humana, con visión global de negocio, comprometida con el desarrollo sustentable.

### PERFIL DEL EGRESADO

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia se caracterizará por resaltar la ética y el humanismo en su desempeño profesional.

Al contar con una visión global, tiene la capacidad para colaborar en empresas del sector público o privado, lucrativas y no lucrativas, de manufactura, comercio o de servicios, micro, pequeñas, medianas o grandes.

Tendrá una destacada orientación hacia la creatividad, competitividad y productividad en organizaciones tanto Nacionales como Internacionales.

<b>PRIMER TETRAMESTRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA</li> <li>FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD</li> <li>FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA</li> <li>CONCEPTOS JURÍDICOS FUNDAMENTALES</li> <li>FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN</li> <li>MATEMÁTICAS BÁSICAS</li> </ul>
<b>SEGUNDO TETRAMESTRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR</li> <li>MICROECONOMÍA</li> <li>MODELOS DE NEGOCIOS</li> <li>COMUNICACIÓN</li> <li>MATEMÁTICAS FINANCIERAS</li> <li>INGLÉS I</li> </ul>
<b>TERCER TETRAMESTRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</li> <li>CREATIVIDAD E INNOVACIÓN</li> <li>PROCESO ADMINISTRATIVO</li> <li>ARTE Y CULTURA</li> <li>ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA</li> <li>INGLÉS II</li> </ul>
<b>CUARTO TETRAMESTRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA</li> <li>GESTIÓN DE CALIDAD</li> <li>PUBLICIDAD</li> <li>MACROECONOMÍA</li> <li>INGLÉS III</li> <li>REDES SOCIALES</li> </ul>
<b>QUINTO TETRAMESTRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MERCADOTECNIA DE SERVICIOS</li> <li>DESARROLLO Y CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS</li> <li>PROPIEDAD INTELECTUAL</li> <li>DESARROLLO EMPRENDEDOR</li> <li>ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS</li> <li>INGLÉS IV</li> </ul>
<b>SEXTO TETRAMESTRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>NEGOCIACIÓN Y VENTAS</li> <li>ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL HUMANO</li> <li>MERCADOTECNIA SOCIAL</li> <li>MARCAS Y PATENTES</li> <li>ESTRATEGIAS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN</li> <li>COMPUTACIÓN</li> </ul>
<b>SÉPTIMO TETRAMESTRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MERCADOTECNIA INDUSTRIAL</li> <li>ÉTICA Y VALORES</li> <li>MERCADOTECNIA ELECTRÓNICA</li> <li>PLANEACIÓN ESTRATÉGICA</li> <li>RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL</li> <li>NEGOCIOS INTERNACIONALES</li> </ul>
<b>OCTAVO TETRAMESTRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA</li> <li>LIDERAZGO</li> <li>MEDIO AMBIENTE</li> <li>MERCADOTECNIA INTERNACIONAL</li> <li>DESARROLLO DE FRANQUICIAS</li> <li>ADMINISTRACIÓN DE VENTAS</li> </ul>
<b>NOVENO TETRAMESTRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE</li> <li>ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA</li> <li>TALLER DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA</li> <li>PROYECTO DE TITULACIÓN</li> <li>PORTAFOLIO</li> <li>SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN</li> </ul>