

Licenciatura en Mercadotecnia

Plan de estudios

Primer Cuatrimestre:

- Fundamentos de mercadotecnia
- Matemáticas aplicadas a la toma de decisiones
- Introducción a la información financiera para la toma de decisiones
- Aprendizaje organizacional y administración del conocimiento.
- Teoría administrativa
- Ingles I

Segundo cuatrimestre:

- Mercadotecnia entre negocios
- Calculo diferencial e integral aplicado a los negocios
- Análisis e interpretación de los estados financieros
- Economía de la empresa.
- Administración e innovación en modelos de negocios
- Ingles II

Tercer cuatrimestre:

- Estrategias de fuerza de ventas
- Matemáticas financieras
- Administración de costos y precios
- Segmentación del mercado
- Fundamentos del entorno microeconómico
- Ingles III

Cuarto Cuatrimestre:

- Estrategias de posicionamiento en el mercado.
- Estadística para la toma de decisiones
- Economía y marketing global
- Investigación de mercados cualitativa
- Fundamentos del entorno macroeconómico
- Ingles técnico para la mercadotecnia

Quinto Cuatrimestre:

- Teoría del color
- Pronósticos para la toma de decisiones
- Marca
- Investigación de mercados cuantitativa
- CRM Administración de relaciones con los clientes I
- Derecho y empresa

Sexto Cuatrimestre:

- Marketing Social
- Métodos cuantitativos para la toma de decisiones
- Desarrollo de nuevos productos
- Inteligencia de mercados
- CRM Administración de relaciones con los clientes II
- Adobe Illustrator

Licenciatura en Mercadotecnia

Séptimo Cuatrimestre:

- Marketing industrial
- Promoción, medios y relaciones públicas
- Diseño de exposiciones y ferias
- Comportamiento del consumidor
- Optativa I
- Optativa II

Octavo Cuatrimestre:

- Marketing político y electoral
- Mercadotecnia en internet
- Intervención de la psicología en la promoción y la publicidad
- Planeación estratégica de mercadotecnia
- Optativa III

Noveno Cuatrimestre:

- Marketing Verde
- Desarrollo de emprendedores
- Ética en la mercadotecnia
- Introducción a la vida profesional
- Optativa IV

Podrás trabajar en:

- Inteligencia de mercados y sistemas de información.
- Publicidad, planeación de medios, promociones y relaciones públicas.
- Planeación estratégica de ventas
- Desarrollo de productos y marcas.
- Análisis y asesoramiento en la determinación de precios
- Consultoría
- Servicio a cliente
- Planeación y control de la distribución.