

Plan de estudios

Lic. Mercadotecnia

R.V.O.E. 20080904



1er. Cuatrimestre

- Fundamentos de Administración
- Metodología de la Investigación
- Pensamiento Analítico y Toma de Decisión
- Matemáticas Aplicadas en los Negocios
- Introducción a la Mercadotecnia

4o. Cuatrimestre

- Análisis Microeconómico
- Modelos de Negocios
- Plan Publicitario Organizacional
- Estrategias de Marketing Digital
- Marketing Emocional

7o. Cuatrimestre

- Emprendimiento de Innovación para el Desarrollo
- Técnicas y Estrategias de Ventas
- Plan de Mercadotecnia
- Mercadotecnia Internacional
- Introducción a la Lengua Extranjera

2o. Cuatrimestre

- Administración Organizacional
- Tecnología para la Gestión Organizacional
- Bases Contables para los Negocios
- Comunicación y Publicidad
- Investigación de Mercados

5o. Cuatrimestre

- Análisis Macroeconómico
- Desarrollo de Marcas
- Creatividad de Innovación Para el Desarrollo de Negocios
- Estrategias de Comercialización
- Diseño de Nuevos Productos

8o. Cuatrimestre

- Estrategia de Innovación Tecnológica
- Proyectos de Investigación en los Negocios
- Estrategia de Competitividad
- Tendencias Disciplinarias
- Inglés para los Negocios I

3er. Cuatrimestre

- Estadística para el Análisis Económico Financiero
- Derecho Laboral
- Plan de Ventas
- Campaña Publicitaria
- Informática Aplicada a la Mercadotecnia

6o. Cuatrimestre

- Liderazgo Organizacional
- Marco Legal en Mercadotecnia
- Mercadotecnia Integral De Productos y Servicios
- Mercadotecnia Social y de Servicios
- Estrategia de Precios

9o. Cuatrimestre

- Responsabilidad Social
- Seminario de Tesis
- Plan Estratégico de Medios
- Derecho Corporativo
- Inglés para los Negocios II