



PLAN DE ESTUDIO CUATRIMESTRAL

MODALIDAD

PRESENCIAL: LUNES A VIERNES
EJECUTIVA: SÁBADOS
SINCRÓNICO

- HERRAMIENTAS BÁSICAS DE CÓMPUTO
- MATEMÁTICAS FINANCIERAS
- INTRODUCCIÓN A LOS ENFOQUES ADMINISTRATIVOS
- MICROECONOMÍA
- FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA
- FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD
- IDEACIÓN Y PROTOTIPADO
- MATEMÁTICAS APLICADAS A LOS NEGOCIOS
- GLOBALIZACIÓN DE NEGOCIOS
- PRINCIPIOS DE ESTADÍSTICA
- CONTABILIDAD BÁSICA
- GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
- FUNDAMENTOS DEL DERECHO
- INGLÉS BÁSICO I
- INGLÉS BÁSICO II
- MERCADOTECNIA E INNOVACIÓN
- INNOVACIÓN Y MODELOS DE SIMULACIÓN DE NEGOCIOS
- PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR
- INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
- ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA

- MERCADOTECNIA GLOBAL
- RELACIONES PÚBLICAS
- MODELOS MATEMÁTICOS Y ADMINISTRATIVOS PARA LA TOMA DE DECISIONES
- ADMINISTRACIÓN DE VENTAS
- MERCADOTECNIA AVANZADA
- FUNDAMENTOS DE PUBLICIDAD
- LOGÍSTICA DE ABASTO Y SUMINISTRO
- TÉCNICA DE VENTAS
- MERCADOTECNIA DIGITAL
- DERECHO INDIVIDUAL DEL TRABAJO
- PUBLICIDAD
- SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADOTECNIA
- PROCESO DE VENTAS
- COACHING EMPRESARIAL
- DERECHO MERCANTIL
- INGLÉS BÁSICO TÉCNICO
- SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL
- PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICADA A LA MERCADOTECNIA
- COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL Y OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO
- CÁLCULO Y FIJACIÓN DE PRECIOS

- COMPORTAMIENTO Y ORGANIZACIÓN
- INGLÉS TÉCNICO DISCIPLINAR I
- PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN INTERNACIONAL
- FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN
- ANÁLISIS Y TOMA DE DECISIONES
- LOGÍSTICA INTERNACIONAL
- PROPIEDAD INDUSTRIAL, PATENTES Y MARCAS
- INGLÉS TÉCNICO DISCIPLINAR II
- MODELOS ECONÓMICOS PARA LA TOMA DE DECISIONES
- DISEÑO GRÁFICO APLICADO A LA PUBLICIDAD
- ÉTICA PROFESIONAL Y COMPROMISO SOCIAL
- DESARROLLO DE MARCAS Y PRODUCTOS
- METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
- SEMINARIO DE AUDITORÍA Y CONSULTORÍA EN MERCADOTECNIA
- LEGISLACIÓN EN MERCADOTECNIA
- ESTRATEGIA BTL
- DESARROLLO DE FRANQUICIAS
- SEMINARIO DE TITULACIÓN

ÁREA BÁSICA

ÁREA INSTRUMENTAL

ÁREA PROFESIONALIZANTE

TODOS LOS PLANES Y PROGRAMAS EN PROCESO DE REGISTRO O NUEVOS PLANTELES ANTE LA SEP, TIENEN EL ESTATUS DE ESTUDIOS SIN RECONOCIMIENTO DE VALIDEZ OFICIAL HASTA QUE LA AUTORIDAD LO DETERMINE. CONFORME AL ACUERDO 17/11/17. VERIFICAR LOS PLANES CON RVOE EN [HTTPS://EDUCEM.MX/RVOES/](https://educem.mx/rvoes/)

ESTE PROGRAMA ES UNA REPRESENTACIÓN GENERALIZADA INFORMATIVA NO OFICIAL DEL PLAN DE ESTUDIOS; PARA CADA RVOE Y CADA PLANTEL EXISTE UN PROGRAMA ESPECÍFICO Y SE PROPORCIONA EL PRESENTE COMO UN EJEMPLO GENERAL.



PERFIL DE INGRESO

AL INICIO DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA, EL ALUMNO DEBERÁ CUMPLIR CON LOS SIGUIENTES CONOCIMIENTOS, HABILIDADES, DESTREZAS Y APTITUDES:

CONOCIMIENTOS EN:

- LAS REGLAS GRAMATICALES ACEPTADAS Y LA BUENA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS.
- EL ENTORNO ACTUAL DEL PAÍS EN MATERIA ECONÓMICA, POLÍTICA Y SOCIAL.
- EN EL ÁREA DE REDACCIÓN, ORTOGRAFÍA Y SINTAXIS.
- ELEMENTOS DE ANÁLISIS HISTÓRICO Y CULTURAL DE MÉXICO.
- HISTORIA DE LA CULTURA DE MANERA GENERAL.
- CONOCIMIENTOS BÁSICOS EN EL ESTUDIO DE LA LÓGICA.
- DIFERENCIAL, ESTADÍSTICA Y GEOMETRÍA ANALÍTICA.

HABILIDADES PARA:

- ANALIZAR LOS PROBLEMAS ACTUALES DEL PAÍS EN TANTO LAS ÁREAS ECONÓMICAS, POLÍTICAS Y SOCIALES.
- ANÁLISIS Y DISERTACIÓN (ORAL Y ESCRITA) SOBRE TEMAS RELACIONADOS CON LA REALIDAD SOCIAL, POLÍTICA, ECONÓMICA Y COYUNTURAL.
- OBSERVAR Y ANALIZAR PROBLEMAS RELACIONADOS CON LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN.
- EXPRESAR DE MANERA CLARA Y ADECUADAS POSTURAS ANTE SITUACIONES CONCRETAS.
- RESOLVER PROBLEMAS MATEMÁTICOS.

DESTREZAS PARA:

- UTILIZAR EL LENGUAJE ORAL Y ESCRITO COMO UNA HERRAMIENTA PARA RELACIONARSE.
- MANEJAR DE MANERA BÁSICA LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN PARA LA TRANSMISIÓN DE MENSAJES.
- DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD Y LA INNOVACIÓN DEL CONOCIMIENTO PARA PROPONER SOLUCIONES A PROBLEMAS ESPECÍFICOS.
- DAR SOLUCIÓN A PROBLEMAS DE ÍNDOLE MATEMÁTICA Y DE USO LÓGICO.

APTITUDES DE:

- PARA LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y GRUPAL.
- CAPACIDAD CRÍTICA.
- CREATIVIDAD.
- SERVICIO A LA GENTE.
- FACILIDAD DE PALABRA.
- FACILIDAD PARA TRABAJAR EN EQUIPO.
- ÉTICA PERSONAL.

 **APOYAMOS**
Tu proyecto
DE VIDA

PERFIL DE EGRESO



AL FINALIZAR EL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA, EL EGRESADO DEBERÁ CUMPLIR CON LOS SIGUIENTES CONOCIMIENTOS, HABILIDADES, DESTREZAS Y ACTITUDES EN:

CONOCIMIENTOS EN:

- ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO Y COMPETITIVOS PARA GENERAR UNA PLANEACIÓN DE LA MERCADOTECNIA.
 - ELEMENTOS QUE COMPONEN LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN, ESTIMADOS Y ESTÁNDAR, AL IGUAL QUE EL COSTEO DIRECTO.
 - PROCEDIMIENTOS DE COMPARACIÓN ENTRE LA INFORMACIÓN FINANCIERA Y LAS OPERACIONES ESPECÍFICAS Y SU RELACIÓN CON LA MERCADOTECNIA.
 - CARACTERÍSTICAS DEL AMBIENTE INTERNO Y EXTERNO DE LA ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL HUMANO.
 - ELEMENTOS QUE INTEGRAN AL RAMO DE LA PUBLICIDAD, CONSIDERANDO LAS CARACTERÍSTICAS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, Y LAS PAUTAS PARA LA FORMULACIÓN DE PLANES DE PUBLICIDAD.
 - CONCEPTOS DE ESTRATEGIA DE VENTAS Y PLANEACIÓN DE VENTAS.
 - CONCEPTOS REFERENTES A LA ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS Y SISTEMAS DE ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE
 - LOS CONTENIDOS DEL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN, ASÍ COMO LOS COSTES Y MÁRGENES COMERCIALES EN EL DESARROLLO DE LA MERCADOTECNIA DE UN PRODUCTO.
 - ELEMENTOS ADMINISTRATIVOS A CONSIDERAR EN LOS SIMULADORES DE MERCADOTECNIA.
- ASPECTOS FUNDAMENTALES EN LA GENERACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS.
- CONCEPTOS REFERENTES AL COMERCIO ELECTRÓNICO Y MODELOS DE NEGOCIOS PARA MERCADOS ELECTRÓNICOS.
 - ELEMENTOS DE UN SISTEMA DE CALIDAD Y LOS REQUISITOS PARA ALCANZAR LA CALIDAD TOTAL DENTRO DE LA EMPRESA.

HABILIDADES PARA:

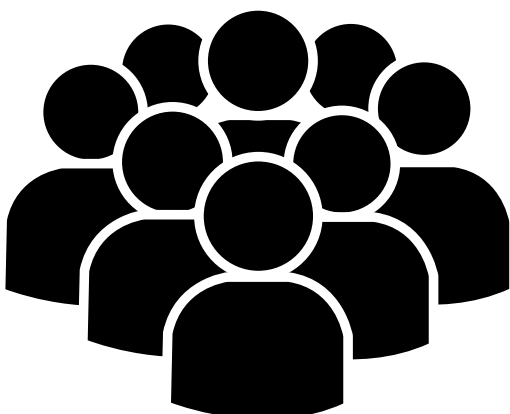
- IDENTIFICAR LOS CONCEPTOS Y FUNCIONES QUE DEFINEN A LA MERCADOTECNIA.
- SINTETIZAR LOS CONCEPTOS Y FUNDAMENTOS DE LA MICROECONOMÍA, DESDE LAS CORRIENTES PRINCIPALES DE PENSAMIENTO ECONÓMICO Y TEORÍAS DEL CONSUMIDOR Y DE PRODUCCIÓN.
- ANALIZAR LOS DIFERENTES ELEMENTOS Y CONCEPTOS QUE DAN BASE AL ESTABLECIMIENTO DE UN PROYECTO DE PUBLICIDAD.

DESTREZAS PARA:

- DISTINGUIR LAS ESTRATEGIAS DENTRO DE LAS CUALES UNA EMPRESA PODRÍA ACTUAR, RECONOCIENDO OBLIGACIONES Y DERECHOS PRESENTAS EN LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN UN MARCO LEGAL.
- PROPONER SOLUCIONES CON BASE EN PROYECCIONES Y TENDENCIAS ACTUALIZADAS EN PRO DE FOMENTAR LA VENTA DEL PRODUCTO A COMERCIALIZAR.
- PLANIFICAR SISTEMAS DE COSTOS QUE CORRESPONDAN A UN FUNCIONAMIENTO MÁS ECONÓMICAMENTE EFICIENTE EN EL ÁREA MERCADOLÓGICA Y EN FUNCIÓN DE LA EMPRESA.
- PROYECTAR PLANES DE PUBLICIDAD EFICACES TENIENDO EN CUENTA LOS FACTORES PROPIOS DEL AMBIENTE.
- DESARROLLAR OPERACIONES DE VENTAS EFICIENTES Y ORIENTADAS A UN MEJOR CONTROL DE LA FUERZA DE VENTAS.
- EMPLEAR LOS ELEMENTOS COMO PRECIO Y CUALIDADES DIVERSAS DEL PRODUCTO QUE REFORZARÁN EL POSICIONAMIENTO FIRME.

ACTITUDES DE:

- CREATIVIDAD E INNOVACIÓN.
- HONESTIDAD Y RESPONSABILIDAD.
- FOMENTAR LA CREATIVIDAD PERSONAL Y LA DE SUS COLABORADORES.
- ÉTICA EN SU DESEMPEÑO PROFESIONAL.
- LIDERAZGO.
- CREACIÓN EN SU DESARROLLO Y PRÁCTICA PROFESIONAL.
- PROMOVER UN AMBIENTE DE EXCELENCIA Y CALIDAD EN LOS SERVICIOS QUE SE RELACIONAN CON SU PROFESIÓN.
- APERTURA AL CAMBIO EN LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS QUE TIENDAN A LA ACTUALIZACIÓN CONSTANTE.



CAMPO LABORAL

EN INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS EN LOS DEPARTAMENTOS DE MERCADOTECNIA POSICIONANDO MARCAS, EVALUANDO RENTABILIDAD DE MERCADO, EVALUANDO PROCESOS DE COMPRA Y NEGOCIACIÓN; EN LAS ÁREAS DE VENTAS ANALIZANDO POSICIONAMIENTO ENTRE LOS COMPETIDORES, PRONÓSTICO DE VENTAS; EN AGENCIAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO; COMERCIALIZACIÓN DONDE ESTABLECE ESTRUCTURAS Y PROCESOS PARA FAVORECER LA RENTABILIDAD; EN AGENCIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD; DE MANERA INDEPENDIENTE COMO CONSULTOR DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y MERCADO, ENTRE OTROS.

“Apoyamos tu proyecto de vida”