

Licenciatura en Comercio y Mercadotecnia



MODALIDAD
VIRTUAL

PLAN DE ESTUDIO CUATRIMESTRAL

- 01** - FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN
- INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL DERECHO
- TALLER DE HERRAMIENTAS DE ORGANIZACIÓN PERSONAL
- ECONOMÍA
- 02** - ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL HUMANO
- MERCADOTECNIA
- DESARROLLO HUMANO
- ESTADÍSTICA
- 03** - LEGISLACIÓN LABORAL
- ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR
- INTRODUCCIÓN A LAS FINANZAS
- TEMAS SELECTOS DE CONTABILIDAD I
- 04** - CALIDAD, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD
- INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LAS VENTAS
- NEGOCIACIÓN Y TOMA DE DECISIONES
- TEMAS SELECTOS DE CONTABILIDAD II
- 05** - PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR
- PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN MASIVA
- CREATIVIDAD, INNOVACIÓN Y LIDERAZGO
- TEMAS SELECTOS DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL
- 06** - ECONOMÍA INTERNACIONAL
- PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA
- TALLER DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
- DISEÑO DE MARCA E IDENTIDAD CORPORATIVA
- 07** - MODELOS DE NEGOCIOS
- PROMOCIÓN DE VENTAS
- DERECHO MERCANTIL
- DISEÑO DE SERVICIOS Y PRODUCTOS
- 08** - CREACIÓN DE GRANDES Y MEDIANAS EMPRESAS
- PRODUCCIÓN IMPRESA Y MEDIOS
- DISEÑO Y EVALUACIÓN DE PLANES MERCADOLÓGICOS
- NEGOCIOS INTERNACIONALES
- 09** - ESTUDIO DE LA IMAGEN EN CAMPAÑA POLÍTICA
- COACHING EMPRESARIAL
- EXHIBICIONES Y PRODUCCIÓN DE EVENTOS
- ESTRATEGIAS DE ALTA DIRECCIÓN

Perfil de Ingreso



Al inicio del plan de estudios de la Licenciatura en Licenciatura en Comercio y 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.

Perfil de Egreso

Al finalizar el plan de estudios de la Licenciatura en Comercio y Mercadotecnia el egresado deberá cumplir con los siguientes conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes en:



CONOCIMIENTOS EN:

- Las teorías administrativas y su aplicación en el contexto organizacional.
- Los elementos de la administración de las organizaciones, como son la división del trabajo, la autoridad y el poder, el rediseño y la reorganización de las empresas.
- Los sistemas electrónicos para la administración de la facturación, las cuentas por cobrar y las nóminas.
- Los estados financieros que le permitan ubicar diversas alternativas para mejorar la situación financiera de la empresa.
- Los elementos de la comercialización y las ventas en las organizaciones.
- La apertura y crecimiento de PYMES en México, que le permitan diseñar programas estratégicos a la medida.
- Las principales funciones del departamento de recursos humanos y la estructura funcional del mismo.

HABILIDADES PARA:

- Interpretar y aplicar los procedimientos de la contabilidad de costos para la toma de decisiones dentro de la organización.
- Diseñar estrategias contables innovadoras para su aplicación en las empresas.
- Proporcionar asesoría en áreas tales como; factor humano, finanzas, calidad, procesos administrativos, producción y con ello llevar un proceso de mejora.
- Aplicar los conocimientos y habilidades de ventas.
- Movilizar el factor humano en beneficio de las ventas, mediante la motivación, el liderazgo y el control.
- Presentar estudios financieros a bancos o a instituciones de crédito o de inversión estableciendo claramente la situación de la organización.

DESTREZAS PARA:

- Emplear técnicas administrativas para planear, organizar, integrar, dirigir y controlar empresas.
- Realizar el análisis e interpretación de los estados financieros.
- Generar y crear estrategias mercadológicas de intervención en la empresa para lograr la satisfacción de los consumidores.
- Emplear instrumentos de tipo financiero y contable que apoyen en el análisis de las perspectivas económicas de las empresas.
- Aplicar las estrategias mercadológicas de intervención en la empresa para lograr la satisfacción de los consumidores.
- Usar técnicas necesarias para estructurar empresas orientadas hacia la eficiencia y eficacia de sus recursos.
- Manejar conflictos dentro de una organización.
- Organizar y manejar parámetros del sistema financiero en el proceso administrativo.

ACTITUDES DE

- Mantener una actitud de progreso y emancipación por los conocimientos que posee.
- Creatividad en el diseño de sistemas de información.
- Promover un ambiente de excelencia y calidad en las empresas.
- Apertura al cambio en la implementación de tecnologías.
- Valorar la importancia del código fiscal de la federación.
- Mostrar interés por trabajar interdisciplinariamente.
- Empatía con la filosofía de las organizaciones.
- Reforzar su capacidad de escucha activa, para lograr el trabajo colaborativo.
- Tomar decisiones estratégicas.



Campo Laboral

En instituciones públicas y privadas relacionadas con la comercialización, investigación de mercados, relaciones públicas, comunicación comercial, mercadotecnia. De manera independiente puede ser consultor en comercio y mercadotecnia, así como en estrategias de mercado comercial, etc.