

Licenciatura en Redes Sociales 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
- COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

06 - TEORÍA DE REDES SOCIALES
- PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA
- TALLER DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
- DISEÑO DE MARCA E IDENTIDAD CORPORATIVA

07 - AGERENCIA DE COMUNIDADES VIRTUALES
- PROMOCIÓN DE VENTAS
- COMUNICACIÓN Y CULTURA DIGITAL
- DISEÑO DE SERVICIOS Y PRODUCTOS

08 - SOCIAL MEDIA: CONTENIDO Y EXPERIENCIA DE MARCA
- DISEÑO MERCADOLÓGICO PARA DISPOSITIVOS MÓVILES
- DISEÑO Y EVALUACIÓN DE PLANES MERCADOLÓGICOS
- MERCADOTECNIA DIGITAL

09 - ESTUDIO DE LA IMAGEN EN CAMPAÑA POLÍTICA
- COACHING EMPRESARIAL
- EXHIBICIONES Y PRODUCCIÓN DE EVENTOS
- DISEÑO EDITORIAL PARA MEDIOS DIGITALES

Perfil de Ingreso



Al inicio del plan de estudios de la Licenciatura en Redes Sociales y Mercadotecnia, el alumno deberá cumplir con los siguientes conocimientos, habilidades, destrezas y aptitudes en:

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 Redes Sociales 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.
- La contabilidad básica y las etapas del proceso contable, desde el registro y control, hasta la formulación de los estados financieros.
- La capacitación de personal y los instrumentos y métodos para el desarrollo e implementación de cursos de capacitación en las organizaciones.
- La efectividad de la publicidad en los medios masivos de comunicación, sus etapas y los nuevos medios publicitarios.
- Las redes sociales como herramienta indiscutible en la sociedad actual globalizada que deben ser tenidas en cuenta por políticos, empresas, organizaciones, etc.
- Diferentes aplicaciones que le permitan obtener y compartir información por medio de plataformas digitales.
- Los fundamentos de diseño de sistemas interactivos móviles y su programación.

HABILIDADES PARA:

- Interpretar y aplicar los procedimientos de la contabilidad y 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.
- Diseñar estructuras virtuales requeridas para llevar a cabo el negocio electrónico.
- Analizar el comportamiento del consumidor y el funcionamiento de empresas y mercados.
- Optimizar la creación publicitaria en un mercado específico.
- Desarrollar habilidades en el proceso de análisis, mantenimiento o erradicación de problemas relacionados con los flujos de información y comunicación.
- Colocar a la organización en primer lugar al ocupar una posición estratégica del mercado virtual.
- Desarrollar las capacidades y las competencias necesarias para entender los nuevos cambios tecnológicos, sociales y artísticos de la era digital.
- Entender las formas de representación de la realidad, su denotación y connotación para la producción en medios digitales.

DESTREZAS PARA:

- Emplear técnicas administrativas para planear, organizar, integrar, dirigir y controlar empresas.
- 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.
- Manejar la administración de las funciones para empresas.
- Elaborar estados financieros, clasificación, uso de estos, así como las notas a los estados, ciclos de las operaciones en las organizaciones.
- Desarrollar la metrología y análisis de las normas de control para la calidad.

ACTITUDES DE

- 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.
- Tomar decisiones estratégicas.
- Confidencialidad en el manejo de datos e información.
- Colaboración en los proyectos de la organización.
- Visión estratégica y global que amplíe los objetivos a alcanzar.
- Respetar el comportamiento de sus compañeros en diversas organizaciones.
- Flexibilidad y adaptación a los ambientes de trabajo.
- Llevar a cabo problemáticas contables en organizaciones empresariales.
- Fomentar la creatividad personal y la de sus colaboradores.



Campo Laboral

En instituciones privadas tales como agencias de publicidad, empresas de comunicación, agencias especializadas en publicidad digital, comercializadoras en línea. Instituciones públicas de diversos giros realizando estudios de mercado u otras actividades relacionadas con la disciplina. De manera independiente ofreciendo servicios de consultoría, publicidad y marketing digital.