

# Licenciatura en Mercadotecnia



## PERFIL DE INGRESO

Los interesados en cursar la Licenciatura en Mercadotecnia deberán ser personas creativas con la capacidad de análisis comparativos, con un interés por las temáticas del mercado mundial, abiertos a los avances de la ciencia, la tecnología, orientados al trabajo en equipo y al logro de resultados.



## PERFIL DE EGRESO

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia deberá de ser capaz de tomar decisiones razonadas y fundamentadas con sentido crítico de su entorno económico-social y político, coordinar el esfuerzo especializado de los demás, hacia el logro eficiente de los objetivos organizacionales básicos, tanto de empresas públicas como privadas, tener una visión integral de los organismos sociales, a fin de coordinar los recursos que los forman: humanos, materiales, técnicos y financieros, logrando su eficiencia y efectividad, dirigir grupos en los diferentes niveles de la escritura organizacional, detectar y plantear los diferentes problemas que se generan en un organismo social.



## Plan de Estudios

ESCOLARIZADO RVOE: ESLI-1817-439-2021



|                      |  |   |                               |  |                               |             |
|----------------------|--|---|-------------------------------|--|-------------------------------|-------------|
| PRIMER CUATRIMESTRE  | Comunicación                                     | Fundamentos de la Administración        | Fundamentos de Derecho        | Matemáticas                            | Microeconomía                 | Inglés I    |
| SEGUNDO CUATRIMESTRE | Metodología de la Investigación                  | Fundamentos de la Mercadotecnia         | Derecho Mercantil             | Matemáticas Financieras                | Macroeconomía                 | Inglés II   |
| TERCER CUATRIMESTRE  | Informática Administrativa                       | Principios y Procedimientos Contables   | Pensamiento Crítico           | Estadística Descriptiva e Inferencial  | Sistemas de Calidad           | Inglés III  |
| CUARTO CUATRIMESTRE  | Planeación Estratégica                           | Taller de Creatividad                   | Derecho Laboral               | Diseño de Sistemas de Costos           | Fundamentos de Diseño         | Inglés IV   |
| QUINTO CUATRIMESTRE  | Mezcla de Mercadotecnia                          | Fotografía                              | Fundamentos de Ventas         | Investigación de Mercados              | Fundamentos de Psicología     | Inglés V    |
| SEXTO CUATRIMESTRE   | Branding   | Fotografía Publicitaria                 | Comportamiento del Consumidor | Pronósticos para la toma de decisiones | Comunicación Corporativa      | Inglés VI   |
| SEPTIMO CUATRIMESTRE | Análisis e Interpretación de Estados Financieros | Fundamentos Legales de la Mercadotecnia | Presupuestos                  | Marketing Digital I                    | Negociación Empresarial       | Inglés VII  |
| OCTAVO CUATRIMESTRE  | Desarrollo de Nuevos Productos                   | Estrategias del Plan de Comunicación    | Desarrollo Emprendedor        | Marketing Digital II                   | Psicología Industrial Laboral | Inglés VIII |
| NOVENO CUATRIMESTRE  | Mercadotecnia Internacional                      | Ética Profesional                       | Seminario de Tesis            |  |                               | Inglés IX   |

## HORARIOS

**Escolarizado**  
(Duración 3 años)

**Lunes a Viernes**

-Matutino | 10:00 a 14:00hrs

## REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

Acta de Nacimiento  
Certificado de Bachillerato / Preparatoria o Constancia de Estudios

# Licenciatura en Mercadotecnia



## PERFIL DE INGRESO

Los interesados en cursar la Licenciatura en Mercadotecnia deberán ser personas creativas con la capacidad de análisis comparativos, con un interés por las temáticas del mercado mundial, abiertos a los avances de la ciencia, la tecnología, orientados al trabajo en equipo y al logro de resultados.



## PERFIL DE EGRESO

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia deberá de ser capaz de tomar decisiones razonadas y fundamentadas con sentido crítico de su entorno económico-social y político, coordinar el esfuerzo especializado de los demás, hacia el logro eficiente de los objetivos organizacionales básicos, tanto de empresas públicas como privadas, tener una visión integral de los organismos sociales, a fin de coordinar los recursos que los forman: humanos, materiales, técnicos y financieros, logrando su eficiencia y efectividad, dirigir grupos en los diferentes niveles de la escritura organizacional, detectar y plantear los diferentes problemas que se generan en un organismo social.



## Plan de Estudios

SEMIESCOLARIZADO (MIXTO) RVOE: ESLU-1817-440-2021



|                      |  |   |                               |  |                               |
|----------------------|--|---|-------------------------------|--|-------------------------------|
| PRIMER CUATRIMESTRE  | Comunicación                                     | Fundamentos de la Administración        | Fundamentos de Derecho        | Matemáticas                            | Microeconomía                 |
| SEGUNDO CUATRIMESTRE | Metodología de la Investigación                  | Fundamentos de la Mercadotecnia         | Derecho Mercantil             | Matemáticas Financieras                | Macroeconomía                 |
| TERCER CUATRIMESTRE  | Informática Administrativa                       | Principios y Procedimientos Contables   | Pensamiento Crítico           | Estadística Descriptiva e Inferencial  | Sistema de Calidad            |
| CUARTO CUATRIMESTRE  | Planeación Estratégica                           | Taller de Creatividad                   | Derecho Laboral               | Diseño de Sistemas de Costos           | Fundamentos de Diseño         |
| QUINTO CUATRIMESTRE  | Mezcla de Mercadotecnia                          | Fotografía                              | Fundamentos de Ventas         | Investigación de Mercados              | Fundamentos de Psicología     |
| SEXTO CUATRIMESTRE   | Branding   | Fotografía Publicitaria                 | Comportamiento del Consumidor | Pronósticos para la toma de decisiones | Comunicación Corporativa      |
| SEPTIMO CUATRIMESTRE | Análisis e Interpretación de Estados Financieros | Fundamentos Legales de la Mercadotecnia | Presupuestos                  | Marketing Digital I                    | Negociación Empresarial       |
| OCTAVO CUATRIMESTRE  | Desarrollo de Nuevos Productos                   | Estrategias del Plan de Comunicación    | Desarrollo Emprendedor        | Marketing Digital II                   | Psicología Industrial Laboral |
| NOVENO CUATRIMESTRE  | Mercadotecnia Internacional                      | Ética Profesional                       | Seminario de Tesis            |  |                               |

## HORARIOS

**Mixto o Semiescolarizado**  
(Duración 3 años)

**Lunes, Miércoles y Viernes**

-Matutino | 7:00 a 10:00hrs

-Vespertino | 17:00 a 20:00hrs

**Sabatino**

(Duración 3 años)

Matutino | 7:00 a 15:00hrs

## REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

Acta de Nacimiento

Certificado de Bachillerato / Preparatoria o Constancia de Estudios