

Licenciatura en Mercadotecnia

RVOE 20091450-16/12/2009

Plan de estudios cuatrimestral

Fundamentos de la Administración
Fundamentos de Mercadotecnia
Fundamentos de Contabilidad
Fundamentos del Derecho
Matemáticas Básicas
Dimensiones de la Condición Humana
Teoría Organizacional
Mezcla de Mercadotecnia
Economía
Derecho Mercantil
Estadística Descriptiva
Realidad Sociocultural Contemporánea
Posicionamiento de Productos y/o Servicios
Régimen Legal de la Mercadotecnia
Estadística Inferencial
Metodología de la Investigación
Comportamiento del Consumidor
Costos y Presupuestos
Estrategias de Precio
Gestión Aduanera
Investigación de Mercados I
Metodología de la Investigación Aplicada
Mercadotecnia Social
Planeación Financiera

Administración de la Distribución
Gerencia de Marca
Investigación de Mercados II
Proyectos de Negocios I
Responsabilidad Social y Estrategias Ambientales
Proyectos de Inversión
Promoción
Estrategias Comerciales
Mercadotecnia Estratégica
Proyectos de Negocios II
Desarrollo de Emprendedores
Liderazgo y Alta Dirección
Estrategias Publicitarias
Temas Selectos I
Temas Selectos II
Proyectos de Negocios III
Ética Empresarial
Consultoría
Mercadotecnia de Servicios
Simuladores de Negocios
Negocios Internacionales
Comercio Electrónico
Temas Selectos III