

Licenciatura en **Mercadotecnia y Diseño de Marca**

Licenciaturas Impulso Profesional. Para gente que trabaja.
Modalidad mixta. Acuerdo SEP 20171868, 14 de diciembre de 2017.

Perfil de egreso

Será un profesional capaz de administrar canales de comercialización, campañas promocionales, estrategias mercadológicas, crear propuestas innovadoras de comercialización, construir y gestionar marcas mediante análisis de tendencias, así como el desarrollo de genética de marca, a través de una actitud de liderazgo, visión estratégica, creatividad y trabajo colaborativo.

Campos de acción

- Ventas
- Investigación de mercados
- Negociación comercial
- Registro de marcas
- Planes de inversión

Proceso de admisión

- Asistir al Centro de Admisión UNIVA (CAU)
- Tener 20 años cumplidos y comprobar experiencia laboral mínima de 1 año
- Cubrir el monto del costo del trámite de admisión en caja del CAU o en BANAMEX, sucursal 4576, cuenta 12, y número de referencia asignado
- Presentar examen de admisión y entrevista con el coordinador
- Consultar resolución del dictamen en la página <http://dictamenlicenciatura.univa.mx/>

Nota: El trámite de admisión no es reembolsable.
La inscripción tampoco lo será después de la fecha límite de pago.
Cuotas sujetas a cambios sin previo aviso.

“Saber **más**,
para **ser**
más”

Plan de Estudios

Licenciatura en Mercadotecnia y Diseño de Marca

Área Básica Interdisciplinar

- Taller de autogestión
- El ser humano en un entorno globalizado
- Comunicación escrita
- Gestión organizacional
- Marco legal de la empresa
- Matemáticas
- Normas básicas del proceso contable
- Estadística descriptiva
- Estructura de costos
- Mercadotecnia
- Microeconomía
- Administración estrategia
- Macroeconomía

Área de Formación Profesional

- Desarrollo e innovación de productos y servicios
- Finanzas internacionales
- Seminario de negocios
- Mezcla de promoción
- Segmentación y posicionamiento de mercado
- Métodos y técnicas de investigación de marca
- Estrategias de publicidad
- Construcción de marca
- Comportamiento del consumidor
- Investigación de mercados cuantitativa
- Elementos de la genética de marca
- Estrategias de mercadotecnia digital
- Investigación de mercados cuantitativa
- Mercadotecnia internacional
- Comunicación de marca
- Comercio electrónico

- Gestión de ventas
- Canales de comercialización
- Genética de marca en *retail* y punto de venta
- Analítica de datos
- Mercadotecnia responsable y sostenible
- Mercadotecnia de servicios
- Plan de mercadotecnia
- Principios de *neuromarketing*
- Proyecto de intervención profesional

Asignaturas Optativas

- Metodología *Lean*
- Políticas educativas
- Tópicos financieros y sus efectos fiscales
- Derecho laboral corporativo
- Problemas éticos contemporáneos
- Gestión económica
- Derecho ambiental de las empresas
- Bases de valuación
- Administración de riesgos
- Pensamiento sistémico
- Contabilidad financiera
- Modelos económicos
- Optimización de recursos
- Finanzas para la consultoría



@SistemaUNIVA



/UnivaGuadalajara



FIMPES



ANUIES

Sesión informativa:
Examen de admisión:

Fecha:

Lugar:

Hora: