

Licenciatura en **Mercadotecnia**

Licenciaturas Impulso Profesional. Para gente que trabaja.
Modalidad mixta.

Perfil de egreso

El egresado estará capacitado en el análisis e investigación de mercados, así como en el diseño, desarrollo, implementación y evaluación de procesos mercadológicos, manteniéndose siempre en un marco ético, responsable y promotor de los valores.

Campos de acción

- Investigación de mercados
- Emprendimiento
- Negociación comercial
- Asignación de precios
- Ventas
- Diseño de estrategias mercadológicas
- Registro de marcas y patentes
- Planes de inversión y negocios

Proceso de admisión

- Asistir al Centro de Admisión UNIVA (CAU) / Llevar copia del CURP
- Tener 18 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
- 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

Área de Formación Básica

- Principios y procedimientos contables
- Antropología filosófica
- Sociedades mercantiles y títulos de crédito
- Desarrollo de habilidades universitarias
- Matemáticas
- Fundamentos de economía
- Principios de administración
- Fundamentos de mercadotecnia
- Fenomenología de la trascendencia
- Prospectiva e innovación
- Microeconomía
- Estadística descriptiva
- Relaciones públicas y comunicación
- Diseño de sistemas de costos
- La realización del hombre: una propuesta universitaria
- Estadística inferencial
- Comercio internacional
- Fundamentos de psicología
- Políticas económicas
- Los valores y derechos humanos

Área de Formación Profesional

- Estrategias de ventas
- Canales de comercialización
- Taller de mercadotecnia creativa
- Sistemas de información de mercadotecnia
- Estrategias de precio-producto
- Informática administrativa aplicada
- Investigación de mercados cuantitativa
- Administración financiera
- Comportamiento del consumidor
- Planeación estratégica y operativa
- Modelos matemáticos para la toma de decisiones
- Marco legal de la mercadotecnia
- Finanzas internacionales

- Estrategias de medios publicitarios en mercadotecnia
- Investigación de mercados cualitativa
- Metodología de la investigación económico-administrativa
- Taller de envases y embalajes
- Promoción
- Mercadotecnia internacional
- El mundo y la globalización
- Comercio electrónico
- Dirección de ventas
- Simulación empresarial
- Tópicos de actualidad en la mercadotecnia
- Plan de mercadotecnia
- Desarrollo de nuevos productos

Área de Formación Desarrollo Integral

- Prácticas de vinculación en mercadotecnia
- Taller de integración curricular I
- Taller de integración curricular II
- Taller de integración curricular III

Asignaturas Optativas Mercadotecnia Aplicada

- Mercadotecnia de servicios
- Mercadotecnia industrial
- Mercadotecnia política y pública
- Mercado social

Mercadotecnia de Negocios y Toma de Decisiones

- Equipos mercadológicos de alto desempeño
- Pronósticos para la toma de decisiones
- Calidad en la administración de la mercadotecnia
- Estrategias de negociación internacional