

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA INTEGRAL



Modalidad escolarizada. RVOE 20251064, vigencia junio de 2025 a junio de 2030.

CAMPUS:
· LEÓN



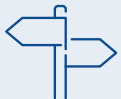
OBJETIVO

Formar profesionistas capaces de diagnosticar situaciones mercadológicas, así como crear y evaluar estrategias de mercadotecnia, con el fin de desarrollar soluciones a la demanda de productos y servicios, así como buscar el posicionamiento de marcas, productos, servicios o mensajes, tanto en medios digitales como tradicionales a nivel internacional, con una visión proactiva y de innovación.



PERFIL DE EGRESO

El egresado será capaz de diseñar y gestionar estrategias de mercadotecnia, branding e investigación de mercados, mediante el análisis del entorno, el comportamiento del consumidor y el uso de herramientas digitales, metodologías especializadas y sistemas de inteligencia comercial, con el fin de posicionar marcas, productos y servicios de forma creativa, rentable y competitiva en contextos locales, nacionales y globales.



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

Bld. Juan Alonso de Torres Pte. No. 3538,
Col. San José de las Piletas;
León, Gto., México.

☎ 477 788 7500
✉ promocion.leon@univa.mx
📞 477 261 7494

www.univa.mx [f](#) [@](#) [X](#)



PLAN DE ESTUDIOS

Primer cuatrimestre

- El ser humano: problemas y retos
- Desarrollo físico y artístico I
- Lengua extranjera I
- Gestión administrativa
- Mercadotecnia
- Matemáticas básicas

Segundo cuatrimestre

- La religión en la era global
- Desarrollo físico y artístico II
- Lengua extranjera II
- Entorno jurídico de la mercadotecnia
- Normas básicas del proceso contable
- Fundamentos de economía

Tercer cuatrimestre

- Democracia, ciudadanía e identidad
- Lengua extranjera III
- Estadística descriptiva e inferencial
- Costos y presupuestos
- Psicomarketig y comportamiento del consumidor

Cuarto cuatrimestre

- Desarrollo sostenible
- Lengua extranjera IV
- Enfoques económicos
- Análisis multivariante
- Mercadotecnia social

Quinto cuatrimestre

- Comunicación académica y profesional
- Lengua extranjera V
- Investigación y estudio de mercados
- Estrategias de precio producto
- Comercio y mercadotecnia internacional

Sexto cuatrimestre

- México en el contexto global
- Lengua extranjera VI
- Logística, distribución y canales de comercialización
- Estrategias de segmentación y posicionamiento
- Administración financiera estratégica

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.

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA INTEGRAL

Séptimo cuatrimestre

- Diseño de proyectos innovadores
- Promoción y publicidad
- Gestión y evaluación de proyectos de inversión
- Estrategias de marca e imagen corporativa
- Prácticas de vinculación en mercadotecnia

Octavo cuatrimestre

- Bases y tendencias de la investigación
- Mercadotecnia de servicios
- Dirección y estrategias de ventas
- Mercadotecnia digital
- Relaciones públicas y diplomacia

Noveno cuatrimestre

- Planeación de proyectos de investigación
- Merchandising y venta al detalle
- Analítica de datos y Sistemas de Información de Mercadotecnia
- Taller de comunicación y publicidad creativa

Décimo cuatrimestre

- Retos profesionales
- Nuevas tendencias de mercadotecnia
- Simulación de negocios
- Creación y desarrollo de nuevos productos y servicios



PROCESO DE ADMISIÓN

- › Realizar pago de trámite directamente en la caja de la Universidad.
- › Consultar resolución del dictamen de admisión en las fechas correspondientes.

Acreditaciones que avalan nuestro
nivel académico de excelencia:

