

Licenciatura en **Mercadotecnia**

Perfil de egreso

El egresado estará capacitado para analizar e investigar mercados, así como para diseñar, implementar y evaluar procesos mercadológicos.

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

- Realizar pago de trámite directamente en la caja de la Universidad
- Consultar resolución del dictamen en la página www.univa.mx/sedes/guadalajara/oferta-academica/licenciatura/dictamen-de-admitidos

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

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

Área de Formación Profesional

- El mundo y la globalización
- Estrategias de precio - producto
- Marco legal de la mercadotecnia
- Comercio electrónico
- Taller de envases y embalajes
- Mercadotecnia internacional
- Desarrollo de nuevos productos
- Canales de comercialización
- Tópicos de actualidad en la mercadotecnia
- Comportamiento del consumidor
- Investigación de mercados cuantitativa
- Investigación de mercados cualitativa
- Modelos matemáticos para la toma de decisiones
- Metodología de la investigación económico administrativa
- Sistemas de información de mercadotecnia
- Estrategias de ventas
- Promoción

- Taller de mercadotecnia creativa
- Estrategias de medios publicitarios en mercadotecnia
- Dirección de ventas
- Administración financiera
- Plan de mercadotecnia
- Informática administrativa aplicada
- Finanzas internacionales
- Planeación estratégica y operativa
- Simulación empresarial

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 política y pública
- Mercadotecnia industrial
- Mercadotecnia 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



FIMPES



ANUIES

Modalidad Escolarizada

No. de acuerdo SEP

Querétaro

Acuerdo SEP 2006544. 21 de noviembre de 2006