

## Licenciatura en **Mercadotecnia Integral**

Modalidad escolarizada.

### Perfil de egreso

El egresado será capaz de analizar y administrar sistemas de información e investigación, así como de tendencias de mercado, y crear y ejecutar planes y estrategias de mercadotecnia, realizando pronósticos y proyecciones, mediante el uso de diversas herramientas, con el fin de mejorar y desarrollar oportunidades de negocio para satisfacer la demanda de productos y servicios en un contexto global.

### 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
- Proporcionar los datos para la asignación de matrícula
- Cubrir el monto del costo del trámite de admisión en caja del CAU o en BANAMEX
- Realizar exámenes
- Consultar resolución del dictamen en la página [www.univa.mx/sedes/guadalajara/oferta-academica/licenciatura/dictamen-de-admitidos](http://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.

<b>Guadalajara</b>	Acuerdo SEP 82816, 29 de abril de 1982. Actualización septiembre de 2013.	✉ informacion.univa@univa.mx	☎ 800 3690 900
<b>La Piedad</b>	Acuerdo SEP 952124, 22 de marzo de 1995. Actualización septiembre de 2013.	✉ mercadotecnia.lp@univa.mx	☎ 352 126 58 00
<b>León</b>	Acuerdo SEP 972248, 29 de julio de 1997. Actualización septiembre de 2013.	✉ informacion.leon@univa.mx	☎ 477 788 75 00
<b>Querétaro</b>	Acuerdo SEP 20190410, 26 de marzo de 2019.	✉ queretaro.univa@univa.mx	☎ 442 234 66 44
<b>Puerto Vallarta</b>	Acuerdo SEP 992430, 3 de diciembre de 1999. Actualización septiembre de 2013.	✉ campus.vallarta@univa.mx	☎ 322 226 12 12
<b>Zamora</b>	Acuerdo SEP 2002443, 8 de diciembre de 2000. Actualización septiembre de 2013.	✉ informacion.zamora@univa.mx	☎ 351 515 25 51

# Plan de Estudios

## Licenciatura en Mercadotecnia Integral

### Área Básica Común Universitaria

- Autogestión del aprendizaje
- Gestión del conocimiento y la información
- Taller de habilidades comunicativas
- Antropología filosófica
- Ética
- Desarrollo integral y compromiso social
- Introducción al pensamiento cristiano
- Gestión de proyectos
- Taller de gestión de proyectos
- Taller de inserción laboral
- Desarrollo físico y artístico I
- Desarrollo físico y artístico II
- Lengua extranjera I
- Lengua extranjera II
- Lengua extranjera III
- Lengua extranjera IV
- Lengua extranjera V
- Lengua extranjera VI
- *Business English I*
- *Business English II*

### Área Básica Interdisciplinar

- Gestión administrativa
- Normas básicas del proceso contable
- Costos y presupuestos
- Fundamentos de economía
- Microeconomía
- Fundamentos de mercadotecnia
- Matemáticas
- Estadística descriptiva
- Marco legal de la empresa
- Comportamiento del consumidor
- Entorno jurídico de la mercadotecnia
- Macroeconomía
- Metodología de la investigación en ciencias económico-administrativas
- Seminario de investigación en ciencias económico-administrativas
- Estadística inferencial

### Área de Formación Profesional

- Administración financiera estratégica
- Investigación de mercados cualitativa
- Estrategias de segmentación y posicionamiento
- Investigación de mercados cuantitativa
- Estrategias de precio-producto
- Sistemas de información de la mercadotecnia
- Canales de comercialización
- Estrategias de marca e imagen corporativa
- Comercio y mercadotecnia internacional
- Promoción y publicidad
- *Merchandising* y venta al detalle
- Relaciones públicas y diplomacia
- Dirección y estrategias de ventas
- Nuevas tendencias de mercadotecnia
- Mercadotecnia de servicios
- Mercadotecnia industrial
- Plan de mercadotecnia
- Creación y desarrollo de nuevos productos
- Mercadotecnia social
- Simulación de negocios
- Prácticas de vinculación en mercadotecnia integral
- Tópicos actuales en mercadotecnia integral
- Análisis multivariante
- Informática aplicada a los negocios internacionales
- Gestión y evaluación de proyectos de inversión

### Optativas Especializantes

- Optativa especializante I
- Optativa especializante II

