

¿Por qué no estudiar en donde estés?

UNIVERSIDAD A DISTANCIA UNIVA



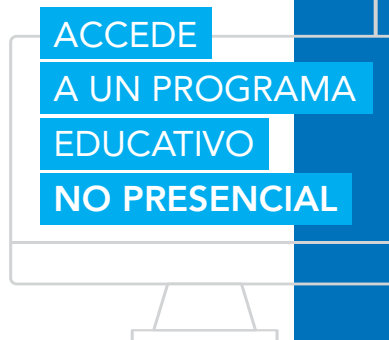
LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA EMPRESARIAL

Objetivo

Diseñar y ejecutar planes mercadológicos, aplicando técnicas, herramientas y modelos mercadológicos básicos en los ámbitos empresariales de bienes y servicios y de organizaciones civiles y sociales, en un contexto cambiante y competitivo asumiendo una responsabilidad social para detectar las necesidades de los consumidores, así como las características de la competencia dentro de los ámbitos local, regional, nacional, internacional y global.

Perfil de egreso

Un profesionista capacitado en la detección de las necesidades de los consumidores y las características de la competencia, así como en la construcción y ejecución de planes mercadológicos a través de un modelo autogestivo.



55 años de Trayectoria Educativa

Flexibilidad de horarios

Biblioteca virtual UNIVA

Profesores especializados

Aprendizaje desde cualquier sitio

Comunícate a tu plantel más cercano

UNIVA Colima ☎ (312) 136 1300
UNIVA Guadalajara ☎ (33) 3134 0800
UNIVA Lagos ☎ (474) 741 2000
UNIVA La Piedad ☎ (352) 126 5800
UNIVA León ☎ (477) 788 7500

UNIVA Querétaro ☎ (422) 234 6644
UNIVA Tepic ☎ (311) 210 3615
UNIVA Vallarta ☎ (322) 226 1212
UNIVA Uruapan ☎ (452) 503 1261
UNIVA Zamora ☎ (351) 515 2551

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA EMPRESARIAL

Requisitos de ingreso

- Entrevista previa
- Acta de nacimiento (original y dos copias)
- Certificado de preparatoria (original y dos copias)
- Carta de trabajo original
- Cinco fotografías tamaño infantil a color
- Solicitud de inscripción elaborada y aviso de privacidad
- Cubrir inscripción y el pago del primer módulo

Plan de estudios

Nivel Básico

- El estudio autogestor
- Autogestión para investigar
- Antropología filosófica
- Desarrollo del potencial humano
- Ética en las relaciones
- Comportamiento organizacional
- Fundamentos de derecho
- Contexto sociocultural y económico de los mercados
- Administración en los negocios
- Administración contable y de costos
- Fundamentos de la mercadotecnia empresarial
- Comportamiento del consumidor
- Fundamentos del comercio internacional
- Sistemas de información de la mercadotecnia

Nivel Profesional

- Investigación de mercados cualitativa
- Investigación de mercados
- Marco legal de la mercadotecnia
- Administración para la calidad
- Administración financiera
- Desarrollo estratégico
- Estrategias de producto y precio
- Canales de comercialización
- Mercadotecnia internacional
- Promoción
- Dirección de ventas
- Desarrollo y comercialización de productos
- Negocios electrónicos
- Mercadotecnia de servicios
- Aplicaciones sectoriales de la mercadotecnia
- Plan de la mercadotecnia