

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

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

CRECER COMO TÚ QUIERES

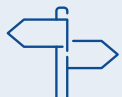


CAMPUS:
· GUADALAJARA



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



PROCESO DE ADMISIÓN

- › Asistir al Centro de Admisión UNIVA (CAU) / Llevar copia del CURP
- › Tener 18 años cumplidos y comprobar experiencia laboral de mínimo 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/>

El costo de tu cuatrimestre dependerá del número de materias que formen tu carga académica.

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.

www.univa.mx   



PLAN DE ESTUDIOS

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
- Estadística inferencial
- Comercio internacional
- Fundamentos de psicología
- Políticas económicas
- Los valores y derechos humanos
- Relaciones públicas y comunicación
- Diseño de sistemas de costos
- La realización del hombre: una propuesta universitaria

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

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

- 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

Acreditaciones que avalan nuestro nivel académico de excelencia:



SEP
SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN PÚBLICA

