

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA INTEGRAL



Modalidad escolarizada. RVOE 20252607, agosto de 2025.

CAMPUS:

· ZAMORA



OBJETIVO

Formar profesionistas capaces de crear, ejecutar y evaluar planes, estrategias y proyectos de mercadotecnia, mediante la investigación, el análisis y la segmentación de mercados. Su propósito será desarrollar soluciones innovadoras a las demandas de productos y servicios, así como contribuir al posicionamiento de marcas, bienes, servicios, ideas y mensajes de empresas, instituciones, gobiernos y candidatos políticos, en medios digitales y tradicionales, considerando el comportamiento del mercado en los ámbitos local, regional, nacional y global.



PERFIL DE EGRESO

El egresado será capaz de analizar y evaluar estratégicamente el entorno mercadológico de empresas y organizaciones para definir objetivos y diseñar planes de mercadotecnia fundamentados en la investigación de mercados, el análisis de datos y la interpretación de tendencias de consumo. Asimismo, podrá diseñar y gestionar campañas promocionales en medios digitales y tradicionales, aplicando estrategias de branding que generen un posicionamiento efectivo de marcas y fomenten el desarrollo de propuestas mercadológicas creativas, innovadoras y eficientes.



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

Madero Sur No. 310, Col. Centro;
C.P. 59600, Zamora, Michoacán, Mex.

 351 515 2551
 informacion.zamora@univa.mx
 351 103 4712

www.univa.mx   



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
- Psicomarketing 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 servicio
- Dirección y estrategias de ventas
- Mercadotecnia digital
- Relaciones públicas y diplomacia

Noveno cuatrimestre

- Planeación de proyectos de investigación
- Merchandising y venta al detalle
- Análítica 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:

