



CARACTERÍSTICAS GENERALES

a) Nombre del programa

Licenciatura en Mercadotecnia 2010

b) Título que otorga

Licenciado/a en Mercadotecnia

c) Espacio donde se imparte

Facultad de Contaduría y Administración

d) Total de créditos

438

e) Área del conocimiento al que pertenece

Ciencias Económicas y Administrativas

f) Calendario escolar y períodos para administrar las unidades de aprendizaje

Calendario escolar anual, con dos períodos regulares.

g) Modalidad educativa en la que se imparte

Escolarizada con administración flexible de la enseñanza



OBJETIVO DE LA CARRERA

Formar profesionales con un alto sentido de responsabilidad, de ética y de servicio, así como una visión integral para intervenir en las organizaciones, de modo que puedan combinar los recursos humanos, financieros, técnicos y materiales frente a la realidad compleja del mundo globalizado:

El Licenciado en Mercadotecnia contará con las competencias y aprendizajes para:

- Investigar las necesidades o preferencias de los consumidores.
- Analizar el mercado real y potencial para establecer la mezcla de mercadotecnia idónea.
- Aplicar técnicas de reclutamiento, selección, contratación y supervisión de personal.
- Aplicar modelos y técnicas de planeación estratégica de mercadotecnia adecuada.
- Aplicar técnicas de planeación financiera, programación y control de ventas.
- Aplicar técnicas para el posicionamiento y mantenimiento de producto o servicio, y la adecuada distribución del mismo.
- Aplicar técnicas de precios, promoción, fuerza de ventas.
- Importar y exportar productos.
- Aplicar tecnologías de la información y comunicación.
- Desarrollar programas de anuncios promocionales, campañas de publicidad y propaganda.
- Diseñar e implementar pronósticos y presupuestos de ventas.
- Diseñar, analizar e interpretar sistemas de información mercadológicos.
- Elaborar y evaluar proyectos de inversión.
- Gestionar marcas y patentes.
- Operar tecnologías de e-commerce y e-business.
- Realizar investigación administrativa de la teoría de la mercadotecnia.
- Realizar investigación de mercados.



PERFIL DE EGRESO

Funciones y tareas profesionales que desarrollará el egresado

- Administrar servicios de mercadotecnia en ámbitos locales, regionales, nacionales e internacionales.
- Administrar negocios, plazas y mercados.
- Administrar programas y sistemas de logística.
- Administrar y planear la función de mercadotecnia.
- Conocer el entorno legal del comercio internacional.
- Colaborar en la generación de información económica y administrativa.
- Desarrollar programas de pronóstico y presupuesto de ventas.
- Desarrollar sistemas de servicio posventa.
- Planear, organizar y controlar servicios.
- Diseñar y ejecutar estudios de mercado e interpretar sus resultados.
- Desarrollar productos, empaques, presentaciones y servicios.
- Diseñar e implementar sistemas de control de calidad.
- Diseñar, instrumentar y evaluar planes de capacitación de personal.
- Desarrollar estrategias en cada uno de los elementos mercadológicos.
- Desarrollar proyectos de inversión.
- Elaborar y ofertar diagnósticos mercadológicos para organismos sociales y empresariales.
- Establecer normas y reglamentaciones sobre precios competitivos en el mercado.
- Expresar valores éticos y humanísticos, vocación de servicio y sensibilidad para detectar y proponer soluciones interdisciplinarias a los problemas económicos y sociales relacionados con su campo profesional.
- Implementar y evaluar sistemas de protección ecológica.
- Plantear metas que lleven al logro de los objetivos organizacionales.
- Desarrollar programas de capacitación de fuerzas de ventas, publicistas y promotores.
- Promover registros de propiedad intelectual e industrial.
- Promover, desarrollar, expandir y establecer negocios vía *internet*.



ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

NÚCLEO BÁSICO

OBLIGATORIAS

NO.	UNIDAD DE APRENDIZAJE	TIPO	HT	HP	TH	CR	ÁREA CURRICULAR
1	ADMINISTRACIÓN DE LA MERCADOTECNIA	CURSO	4	2	6	10	MERCADOTECNIA
2	ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	CURSO	4	2	6	10	ADMINISTRACIÓN
3	CONTABILIDAD BÁSICA	CURSO	4	2	6	10	CONTABILIDAD Y FINANZAS
4	CONTABILIDAD DE COSTOS	CURSO-TALLER	2	2	4	6	CONTABILIDAD Y FINANZAS
5	DERECHO LABORAL	CURSO	4	2	6	10	DERECHO
6	DERECHO MERCANTIL	CURSO	4	2	6	10	DERECHO
7	ESTADÍSTICA	CURSO	3	1	4	7	MATEMÁTICAS
8	FUNDAMENTOS DE LA MERCADOTECNIA	CURSO	3	1	4	7	MERCADOTECNIA
9	MACROECONOMÍA	CURSO	4	2	6	10	ECONOMÍA
10	MATEMÁTICAS BÁSICAS	CURSO	3	1	4	7	MATEMÁTICAS
11	MATEMÁTICAS FINANCIERAS	CURSO	3	1	4	7	MATEMÁTICAS
12	MICROECONOMÍA	CURSO	3	1	4	7	ECONOMÍA
13	REDACCIÓN Y COMUNICACIÓN	CURSO	4	0	4	8	CIENCIAS SOCIALES
14	RESPONSABILIDAD ÉTICA DE LA EMPRESA	CURSO	4	0	4	8	CIENCIAS SOCIALES
15	TEORÍA GENERAL DE LA TRIBUTACIÓN	CURSO	3	1	4	7	DERECHO
SUBTOTAL			52	20	72	124	

15	TOTAL DEL NÚCLEO BÁSICO	52	20	72	124	
----	--------------------------------	-----------	-----------	-----------	------------	--



NÚCLEO SUSTANTIVO

OBLIGATORIAS

NO.	UNIDAD DE APRENDIZAJE	TIPO	HT	HP	TH	CR	ÁREA CURRICULAR
1	ADMINISTRACIÓN DE LAS PYMES	CURSO	3	1	4	7	ADMINISTRACIÓN
2	ADMINISTRACIÓN DE PROMOCIÓN DE VENTAS	CURSO-TALLER	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
3	ADMINISTRACIÓN DE VENTAS	TALLER	2	4	6	8	MERCADOTECNIA
4	ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA	CURSO	3	1	4	7	ADMINISTRACIÓN
5	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	CURSO-TALLER	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
6	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	CURSO-TALLER	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
7	DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	CURSO	3	1	4	7	MERCADOTECNIA
8	ESTADÍSTICA INFERENCIAL	CURSO	3	1	4	7	MATEMÁTICAS
9	ESTRATEGIAS DE VENTAS Y TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN	CURSO-TALLER	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
10	ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS DE PRECIOS	CURSO-TALLER	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
11	INGLÉS C1	CURSO-TALLER	2	2	4	6	INGLÉS
12	INGLÉS C2	CURSO-TALLER	2	2	4	6	INGLÉS
13	INGLÉS D1	CURSO-TALLER	2	2	4	6	INGLÉS
14	INGLÉS D2	CURSO-TALLER	2	2	4	6	INGLÉS
15	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	TALLER	2	4	6	8	MERCADOTECNIA
16	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	TALLER	2	4	6	8	MERCADOTECNIA
17	LOGÍSTICA	CURSO-TALLER	2	2	4	6	ADMINISTRACIÓN
18	MARCAS, PATENTES Y FRANQUICIAS	CURSO-TALLER	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
19	MERCADOTECNIA DE NEGOCIOS TURÍSTICOS	CURSO	3	1	4	7	MERCADOTECNIA



NO.	UNIDAD DE APRENDIZAJE	TIPO	HT	HP	TH	CR	ÁREA CURRICULAR
20	MERCADOTECNIA INTERNACIONAL	CURSO-TALLER	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
21	MERCADOTECNIA POLÍTICA E IMAGEN PÚBLICA	CURSO	3	1	4	7	MERCADOTECNIA
22	MERCADOTECNIA SOCIAL Y DE SERVICIOS	CURSO	3	1	4	7	MERCADOTECNIA
23	MODELOS DE OPTIMIZACIÓN	CURSO	3	1	4	7	MATEMÁTICAS
24	TEORÍA DEL MUESTREO	CURSO	3	1	4	7	MATEMÁTICAS
SUBTOTAL			57	45	102	159	

OPTATIVAS. Acreditar 3 UA para cubrir 21 créditos.

NO.	UNIDAD DE APRENDIZAJE	TIPO	HT	HP	TH	CR	ÁREA CURRICULAR
1	ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE	CURSO	3	1	4	7	MERCADOTECNIA
2	CREATIVIDAD E INNOVACIÓN	CURSO	3	1	4	7	MERCADOTECNIA
3	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	CURSO	3	1	4	7	CIENCIAS SOCIALES
4	FORMACIÓN HUMANA Y COMPROMISO SOCIAL	CURSO	3	1	4	7	CIENCIAS SOCIALES
5	INVESTIGACIÓN SOCIAL Y COMUNIDAD	CURSO	3	1	4	7	CIENCIAS SOCIALES
6	MANEJO DE MEDIOS	CURSO	3	1	4	7	MERCADOTECNIA
7	SISTEMAS DE INFORMACIÓN	CURSO	3	1	4	7	INFORMÁTICA
8	SOCIEDAD Y DESARROLLO DEL MUNDO	CURSO	3	1	4	7	CIENCIAS SOCIALES
9	TALLER DE NEGOCIACIÓN	CURSO	3	1	4	7	ADMINISTRACIÓN
10	VALORES SOCIOCULTURALES	CURSO	3	1	4	7	CIENCIAS SOCIALES
SUBTOTAL			9	3	12	21	

27	TOTAL DEL NÚCLEO SUSTANTIVO	66	48	114	180	
-----------	------------------------------------	-----------	-----------	------------	------------	--



NÚCLEO INTEGRAL

OBLIGATORIAS

NO.	UNIDAD DE APRENDIZAJE	TIPO	HT	HP	TH	CR	ÁREA CURRICULAR
1	ADMINISTRACIÓN DE LA PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	TALLER	2	4	6	8	MERCADOTECNIA
2	ANÁLISIS Y PLANEACIÓN FINANCIERA	CURSO	3	1	4	7	CONTABILIDAD Y FINANZAS
3	COMERCIO INTERNACIONAL	CURSO-TALLER	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
4	DESARROLLO EMPRENDEDOR	CURSO-TALLER	2	2	4	6	ADMINISTRACIÓN
5	DISEÑO ASISTIDO POR COMPUTADORA	CURSO	4	2	6	10	INFORMÁTICA
6	INTELIGENCIA DE NEGOCIOS	CURSO-TALLER	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
7	LEGISLACIÓN DE COMERCIO INTERNACIONAL	CURSO	4	2	6	10	DERECHO
8	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	CURSO-TALLER	2	2	4	6	CIENCIAS SOCIALES
9	NEGOCIOS ELECTRÓNICOS	TALLER	2	4	6	8	INFORMÁTICA
10	PROYECTOS DE INVERSIÓN	CURSO	3	1	4	7	CONTABILIDAD Y FINANZAS
	PRÁCTICA PROFESIONAL*	ESTANCIA	--	--	--	30	MERCADOTECNIA
SUBTOTAL			26	22	48	104	

*Actividad Académica.



OPTATIVAS, Acreditar 5 UA para cubrir 30 créditos.

NO.	UNIDAD DE APRENDIZAJE	TIPO	HT	HP	TH	CR	ÁREA CURRICULAR
1	ANIMACIÓN EN 3D	CURSO-TALLER	2	2	4	6	INFORMÁTICA
2	DISEÑO Y EXPOSICIÓN DE FERIAS	CURSO-TALLER	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
3	FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA	CURSO-TALLER	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
4	INGLÉS TÉCNICO MERCADOLÓGICO	CURSO-TALLER	2	2	4	6	INGLÉS
5	LOGÍSTICA DEL TRANSPORTE	CURSO	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
6	MERCADOTECNIA INDUSTRIAL Y COMERCIAL	CURSO-TALLER	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
7	PRODUCCIÓN EDITORIAL	CURSO-TALLER	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
8	PRODUCCIÓN Y MEDIOS MASIVOS	CURSO-TALLER	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
9	SEMINARIO DE MERCADOTECNIA INTERNACIONAL	SEMINARIO	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
10	TALLER DE TITULACIÓN	SEMINARIO	2	2	4	6	CIENCIAS SOCIALES
11	TÉCNICAS PROYECTIVAS	CURSO-TALLER	2	2	4	6	MERCADOTECNIA
SUBTOTAL			10	10	20	30	

15+1*	TOTAL DEL NÚCLEO INTEGRAL	36	32	68	134	
--------------	----------------------------------	-----------	-----------	-----------	------------	--

*Actividad Académica [Práctica Profesional]

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA OBLIGATORIAS	49 + 1 ACTIVIDAD ACADÉMICA
UA OPTATIVAS	8
UA A ACREDITAR	57 + 1 ACTIVIDAD ACADÉMICA
CRÉDITOS	438