



# Plan de Estudios MERCADOTECNIA 2015

## ÁREA BÁSICA

- AUTONOMÍA E INTEGRACIÓN PERSONAL
- SITUACIÓN ACTUAL DE LA JUVENTUD EN MÉXICO
- SENTIDO DE VIDA Y TRASCENDENCIA
- CRISIS DE VALORES ANTE LA PROBLEMÁTICA ACTUAL
- HABILIDADES COMUNICATIVAS
- TALLER DE INVESTIGACIÓN
- ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA
- INGLÉS I
- INGLÉS II
- INGLÉS III
- INGLÉS IV

## ÁREA DISCIPLINARIA

- ÉTICA DEL EJERCICIO PROFESIONAL
- SEMINARIO DE TITULACIÓN
- ÁLGEBRA
- MATEMÁTICAS FINANCIERAS
- MICROECONOMÍA
- MACROECONOMÍA
- DERECHO MERCANTIL
- DERECHO LABORAL
- PROCESO ADMINISTRATIVO
- FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD
- HERRAMIENTAS COMPUTACIONALES
- PLANEACIÓN ESTRATÉGICA
- CANALES DE DISTRIBUCIÓN
- ANÁLISIS DEL ENTORNO DE LA MERCADOTECNIA
- COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
- TÉCNICAS Y MÉTODOS DE VENTAS
- ATENCIÓN AL CLIENTE
- LA MERCADOTECNIA EN PRODUCTOS BÁSICOS
- PUBLICIDAD
- LA MEZCLA PROMOCIONAL
- PLAN INTEGRAL DE MERCADOTECNIA
- ADMINISTRACIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES

- ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA
- DESARROLLO DE PRODUCTOS
- MERCADOTECNIA SOCIAL
- MERCADOTECNIA DE SERVICIOS

## ÁREA PROFESIOGRÁFICA

- FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA
- RÉGIMEN LEGAL DE LA MERCADOTECNIA
- LA MEZCLA DE LA MERCADOTECNIA
- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
- ADMINISTRACIÓN DE LA MERCADOTECNIA
- FUNDAMENTOS DE VENTAS
- SEMINARIO DE MERCADOTECNIA
- FUNDAMENTOS DE COSTOS
- LIDERAZGO Y NEGOCIACIÓN
- ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

## ÁREA DE CAMPOS DE OPORTUNIDAD

- MERCADOTECNIA INTERNACIONAL
- COMERCIO INTERNACIONAL
- SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA LA MERCADOTECNIA
- COMERCIO ELECTRÓNICO
- INNOVACIÓN Y DISEÑO DE PRODUCTOS
- GESTIÓN DE LA CALIDAD
- PLAN DE NEGOCIOS
- CREATIVIDAD PUBLICITARIA
- PRÁCTICA DE MERCHANDISING

## ÁREA DE OPTATIVAS

- FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES
- TEMAS SELECTOS DE DIRECCIÓN EMPRESARIAL
- PRÁCTICA DE PUBLICIDAD
- DETERMINACIÓN DE PRECIOS
- ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL
- MERCADOTECNIA DIGITAL

