

PLAN DE ESTUDIOS

MERCADOTECNIA (APLICADA A NEGOCIOS)

• Primer Semestre •

Matemáticas
 Comunicación Oral
 Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales
 Formación Social Mexicana I
 Computación I
 Seminario de Mercadotecnia
 Administración I

• Segundo Semestre •

Probabilidad
 Formación Social Mexicana II
 Seminario de Publicidad
 Seminario de Comunicación
 Administración II
 Computación II
 Estilo y Redacción

• Tercer Semestre •

Estadística Descriptiva
 Análisis y Estudio de los Mercados
 Sistemas de Información para la Administración
 Contabilidad General
 Investigación de Mercados
 Antropología Cultural
 Innovación y Creatividad

• Cuarto Semestre •

Estadística Inferencial
 Seminario de Investigación de Mercados
 Psicología Social
 Contabilidad de Costos
 Gerencia de Marca
 Derecho Mercantil
 Administración del Producto

• Quinto Semestre •

Análisis Matemático
 Análisis y Evaluación de la Información Financiera
 Sociología Organizacional
 Sociología de la Comunicación
 Derecho Fiscal
 Microeconomía
 Administración de Ventas
 Investigación y Desarrollo de Nuevos Productos

• Sexto Semestre •

Administración Financiera
 Administración de Personal
 Comportamiento del Consumidor
 Teoría de la Publicidad
 Macroeconomía
 Medios de Difusión
 Técnicas de Venta
 Relaciones Públicas

• Séptimo Semestre •

Desarrollo de Recursos Humanos
 Administración de la Producción
 Economía Política
 Creatividad Publicitaria
 Presupuestos y Control Publicitario
 Comercialización
 Promoción de Ventas
 Administración del Precio

• Octavo Semestre •

Investigación de Operaciones
 Canales de Distribución
 Banca y Moneda
 Distribución Física
 Mercadotecnia Estratégica
 Comercio Exterior
 Mercadotecnia de Servicios
 Organización Política del Estado Mexicano

• Noveno Semestre •

Administración Superior
 Seminario de Investigación
 Mercadotecnia Social
 Mercadotecnia Internacional
 Calidad Total
 Mercadotecnia Política
 Dirección de Alto Nivel