



## Objetivo Plan de Estudio

Formar profesionales con los conocimientos, habilidades, actitudes y valores que les permitan diseñar, desarrollar y evaluar planes y proyectos de mercadotecnia relevantes y pertinentes para satisfacer las necesidades de las organizaciones y de los clientes, en los mercados locales, nacionales e internacionales, con base en la investigación de sus condiciones y sus tendencias, con una visión prospectiva y emprendedora

# MERCADOTECNIA



### 1er Cuatrimestre

Introducción a la Informática  
Fundamentos de Mercadotecnia  
Fundamentos de Contabilidad  
Fundamentos de Administración  
Principios de Derecho  
Matemáticas Aplicadas a los Negocios

### 2do Cuatrimestre

Informática Aplicada a la Mercadotecnia  
Mezcla de Mercadotecnia  
Contabilidad de Costos  
Fundamentos de Economía  
Derecho Mercantil  
Probabilidad y Estadística  
Sistemas de Información de Mercados

### 3er Cuatrimestre

Informática Aplicada a los Negocios  
Canales de Distribución  
Contabilidad Financiera  
Economía Empresarial  
Títulos y Operaciones de Crédito  
Estadística Aplicada a los Negocios  
Investigación Cuantitativa de Mercados

### 4to Cuatrimestre

Inglés I  
Compras  
Fijación de Precios  
Administración de Ventas  
Diseño Gráfico Publicitario  
Comportamiento del Consumidor  
Investigación Cualitativa de Mercados.

### 5to Cuatrimestre

Inglés II  
Formulación de Proyectos de Inversión  
Planeación Estratégica de Mercadotecnia  
Técnicas de venta  
Fundamentos de Publicidad  
Semiótica del Marketing

### 6to Cuatrimestre

Inglés III  
Mercadotecnia de Servicios  
Desarrollo de Productos  
Emprendimiento  
Publicidad Estratégica  
Comunicación y Lenguaje Audiovisual

### 7mo Cuatrimestre

Inglés IV  
Cultura de Calidad  
Mercadotecnia Social  
Propiedad Industrial e Intelectual  
Relaciones Públicas  
Producción de Radio y Televisión

### 8vo Cuatrimestre

Inglés V  
Responsabilidad Social  
Mercadotecnia Política  
Liderazgo Empresarial  
Equipos de Trabajo  
Mercadotecnia en Medios Digitales

### 9no Cuatrimestre

Inglés para los Negocios  
Prospectiva Empresarial  
Economía de los Negocios Internacionales  
Análisis de Decisiones  
Equipos de Alto Rendimiento  
Mercadotecnia Industrial

### 10mo Cuatrimestre

Mercadotecnia Deportiva  
Logística y Tráfico Internacional  
Corrientes Contemporáneas de los Negocios  
Desarrollo de Habilidades Directivas  
Publicidad y Promoción Internacional  
Comportamiento Organizacional

### 11vo Cuatrimestre

Mercadotecnia y Comercialización Internacional  
Mercados Especiales  
Metodología de la Investigación  
Desarrollo de Plan de Negocios  
Habilidades TIC  
Comunicación Organizacional

### 12vo Cuatrimestre

Proyectos de Investigación de Mercados  
Auditoría y Consultoría en Mercadotecnia  
Proyecto de Tesis  
Desarrollo de Franquicias  
Comercio Electrónico  
Tendencias de Mercadotecnia

Ad Meliora Constantes



WWW.UECA.EDU.MX