

Objetivos generales del plan de estudios

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.

PRIMER CUATRIMESTRE	SEGUNDO CUATRIMESTRE
<ul style="list-style-type: none"> -Introducción a la informática -Fundamentos de mercadotecnia -Fundamentos de contabilidad -Fundamentos de administración -Principios de derecho -Matemáticas aplicadas a los negocios 	<ul style="list-style-type: none"> -Informática aplicada a la mercadotecnia -Mezcla de mercadotecnia -Contabilidad de costos -Fundamentos de economía -Derecho mercantil -Probabilidad y estadística -Sistemas de información de mercados
TERCER CUATRIMESTRE	CUARTO CUATRIMESTRE
<ul style="list-style-type: none"> -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 	<ul style="list-style-type: none"> -Inglés I -Compras -Fijación de precios -Administración de ventas -Diseño gráfico publicitario -Comportamiento del consumidor -Investigación cualitativa de mercados
QUINTO CUATRIMESTRE	SEXTO CUATRIMESTRE
<ul style="list-style-type: none"> -Inglés II -Formulación de proyectos de inversión -Planeación estratégica de mercadotecnia -Técnicas de venta -Fundamentos de publicidad -Semiótica del marketing 	<ul style="list-style-type: none"> -Inglés III -Mercadotecnia de servicios -Desarrollo de productos -Emprendimiento -Publicidad estratégica -Comunicación y lenguaje audiovisual
SÉPTIMO CUATRIMESTRE	OCTAVO CUATRIMESTRE
<ul style="list-style-type: none"> -Inglés IV -Cultura de calidad -Mercadotecnia social -Propiedad industrial e intelectual -Relaciones públicas -Producción de radio y televisión 	<ul style="list-style-type: none"> -Inglés V -Responsabilidad social -Mercadotecnia política -Liderazgo empresarial -Equipos de trabajo -Mercadotecnia en medios digitales
NOVENO CUATRIMESTRE	DÉCIMO CUATRIMESTRE
<ul style="list-style-type: none"> -Inglés para los negocios -Prospectiva empresarial -Economía de los negocios internacionales -Análisis de decisiones -Equipos de alto rendimiento -Mercadotecnia industrial 	<ul style="list-style-type: none"> -Mercadotecnia deportiva -Logística y tráfico internacional -Corrientes contemporáneas de los negocios -Desarrollo de habilidades directivas -Publicidad y promoción internacional -Comportamiento organizacional
ONCEAVO CUATRIMESTRE	DOCEAVO CUATRIMESTRE
<ul style="list-style-type: none"> -Mercadotecnia y comercialización internacional -Mercados especiales -Metodología de la investigación -Desarrollo de plan de negocios -Habilidades TIC -Comunicación organizacional 	<ul style="list-style-type: none"> -Proyectos de investigación de mercados -Auditoría y consultoría en mercadotecnia -Proyecto de tesis -Desarrollo de franquicias -Comercio electrónico -Tendencias de mercadotecnia