

MERCADOTECNIA Y DISEÑO PUBLICITARIO

RVOE-200921LMYDP | Duración: 4 años



PLAN DE ESTUDIO CUATRIMESTRAL

Primer cuatrimestre

- Mercadotecnia
- Introducción a la Publicidad
- Administración I
- Diseño Gráfico Asistido por Computadora
- Introducción a la Economía

Segundo cuatrimestre

- Mercadotecnia de Productos
- Administración II
- Diseño de Imágenes Asistido por Computadora
- Estadística
- Microeconomía

Tercer cuatrimestre

- Redacción de Textos Universitarios
- Liderazgo y Desarrollo Humano
- Diseño Publicitario I
- Comportamiento del Consumidor

Cuarto cuatrimestre

- Mercadotecnia en Distribución y Precio
- Diseño Publicitario II
- Macroeconomía
- Diseño de Presentaciones por Computadora
- Mercadotecnia y Promoción

Quinto cuatrimestre

- Estrategias de Publicidad
- Derecho Mercantil
- Administración de Ventas
- Investigación de Operaciones
- Planeación Estratégica y Mercadotecnia

Sexto cuatrimestre

- Desarrollo Sustentable
- Human Creativity
- Radio
- Investigación de Mercados I

Séptimo cuatrimestre

- Derecho Fiscal
- Contabilidad de Costos
- Fotografía
- Gestión de Mercadotecnia
- Investigación de Mercados

Octavo cuatrimestre

- Retoque Fotográfico
- Estrategias de Mercadotecnia
- Comunicación y Publicidad
- Sistemas de Reproducción
- Sistemas de Calidad I

Noveno cuatrimestre

- Thinking Innovation
- Comunicación Intercultural
- Mercadotecnia en Servicios
- Metodología de la Investigación

Décimo cuatrimestre

- Análisis de Estados Financieros
- Comercio y Mercadotecnia Internacional I
- Publicidad y Plan de Medios
- Audiovisual I
- Sistemas de Calidad II

Décimo primer cuatrimestre

- Psicología Empresarial
- Proyectos de Inversión
- Derecho Publicitario
- Comercio y Mercadotecnia Internacional II
- Audiovisual II

Décimo segundo cuatrimestre

- Business Intelligence
- Proyecto Terminal
- Administración de la Publicidad
- Consolidación del Talento Emprendedor

OBJETIVO GENERAL DE LA LICENCIATURA:

Formar profesionistas capaces de aplicar las actuales técnicas mercadológicas, basados en el análisis de las necesidades, deseos, gustos y expectativas de los clientes.

PERFIL DE INGRESO:

- Razonamiento verbal y gráfico.
- Creativo y observador, con ubicación espacial.
- Facilidad para resolver problemas.
- Aptitud para la investigación.
- Habilidad de comunicación verbal y escrita.
- Innovador, creativo y emprendedor.

PERFIL DE EGRESO:

- Conocimiento de los principios teóricos, prácticos y estratégicos relacionados con la comercialización de bienes y servicios.
- Conoce y maneja las nuevas tecnologías para el diseño de campañas publicitarias y planes de desarrollo de campañas de mercadotecnia.
- Capacidad de integración a cualquier tipo de empresa en las áreas relacionadas con: mercadotecnia, administración de ventas, publicidad, promoción, relaciones públicas y comunicación.