

**Licenciado en Mercadotecnia
UNID@**

Cuatrimestre I

Informática administrativa
Proceso administrativo
Introducción a la mercadotecnia
Comprensión lectora

Cuatrimestre II

Estadística descriptiva
Introducción a la publicidad
Mercadotecnia
Ser humano

Cuatrimestre III

Estadística inferencial
Mezcla Promocional
Análisis del consumidor
Seminario de valores I

Cuatrimestre IV

Comunicación oral y escrita
Taller de creatividad publicitaria
Mercadotecnia de productos de consumo
Seminario de Valores II

Cuatrimestre V

Documentación técnica
Campañas de publicidad
Estrategias de precios
Investigación cualitativa de mercados

Cuatrimestre VI

Contabilidad general
Promoción de ventas
Seminario de mercadotecnia coercial y de servicios
Investigación cuantitativa de mercados
Fe y mundo contemporáneo

Cuatrimestre VII

Análisis financiero
Informática aplicada a la mercadotecnia
Habilidades directivas y de negociación
Investigación y planeación de medios
Ética profesional

Cuatrimestre VIII

Estadía empresarial

Cuatrimestre IX

Estrategias de canales de distribución
Administración de agencias de publicidad
Mercadotecnia en internet
Fundamentos en economía

Cuatrimestre X

Economía
Comunicación organizacional
Mercadotecnia industrial y social
Seminario de investigación de mercados

Cuatrimestre XI

Administración y técnicas de ventas
Seminario de mercadotecnia internacional
Gerencia de marca
Comercio internacional
Proyecto terminal I

Cuatrimestre XII

Evaluación de proyectos de mercadotecnia
Aspectos legales de la mercadotecnia
Desarrollo de mercados
Relaciones comerciales de México
Proyecto terminal II