



LICENCIATURA EN MERCADOTECNICA

UNIVERSIDAD DEL GOLFO



OBJETIVO GENERAL

Formar profesionales capaces de diseñar, implementar y evaluar estrategias de mercadotecnia que fortalezcan la competitividad de las organizaciones, mediante el análisis de mercados, el comportamiento del consumidor y el uso de herramientas innovadoras de comunicación, promoción y ventas, con un enfoque ético, creativo y socialmente responsable.



OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Desarrollar habilidades para la investigación de mercados.
- Diseñar estrategias de mercadotecnia innovadoras que fortalezcan la competitividad.
- Aplicar técnicas de comunicación, publicidad y promoción en diferentes medios.
- Implementar planes de comercialización que optimicen la relación entre la empresa, el producto y el consumidor.
- Fomentar la creatividad y la innovación en el diseño de campañas y proyectos mercadológicos.



CAMPO DE DESARROLLO

- Departamentos de mercadotecnia en empresas públicas y privadas.
- Agencias de publicidad, comunicación y relaciones públicas.
- Consultorías en investigación de mercados y estrategias comerciales.
- Empresas de comercio electrónico y marketing digital.
- Medios de comunicación y agencias de branding.
- Desarrollo y gestión de proyectos de emprendimiento propio.
- Instituciones educativas, culturales y sociales que requieran estrategias de promoción.
- Organismos gubernamentales vinculados al desarrollo económico y empresarial.



PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER CUATRIMESTRE	SEGUNDO CUATRIMESTRE	TERCER CUATRIMESTRE
• Contabilidad Básica. • Microeconomía. • Empresa y Administración I. • Matemáticas Básicas para los Negocios. • Mercadotecnia Fundamental I. • Inglés I. • Paquetería Computacional I. • Historia Económica Mundial.	• Contabilidad Intermedia. • Macroeconomía. • Empresa y Administración II. • Cálculo Aplicado a los Negocios. • Mercadotecnia Fundamental II. • Inglés II. • Paquetería Computacional II.	• Economía Internacional. • Aspectos Básicos de Derecho. • Matemáticas Financieras. • Segmentación de Mercados. • Fundamentos de Valores Humanos. • Inglés III. • Paquetería Computacional III.
CUARTO CUATRIMESTRE	QUINTO CUATRIMESTRE	SEXTO CUATRIMESTRE
• Aspectos Éticos de Mercadotecnia. • Mercadotecnia Global. • Estadística I. • Administración Financiera. • Investigación de Mercados I. • Inglés IV. • Paquetería Computacional IV.	• Administración de Ventas. • Administración de Capital. • Estadística II. • Capital de Marca. • Investigación de Mercados II. • Inglés V. • Comercio Electrónico I.	• Contabilidad Administrativa. • Proyectos de Inversión. • Mercadotecnia Analítica. • Mercadotecnia en Internet. • Desarrollo de Productos. • Inglés VI. • Comercio Electrónico II.
SÉPTIMO CUATRIMESTRE	OCTAVO CUATRIMESTRE	NOVENO CUATRIMESTRE
• Estrategias de Servicio al Cliente. • Marcas Patentes y Propiedad Industrial. • Métodos de Simulación en Mercadotecnia. • Publicidad Estratégica. • Análisis de Estados Financieros. • Canales de Distribución. • Inglés VII.	• Competitividad y Estrategia. • Planeación Financiera. • Control de Operaciones. • Conducta del Consumidor. • Imagen Corporativa. • Mercadotecnia Industrial. • Inglés VIII.	• Proyecto Final de Mercadotecnia. • Mercadotecnia de Servicios. • Seminario de Consultoría. • Planeación Estratégica. • Mercadotecnia Deportiva. • Mercadotecnia Social.



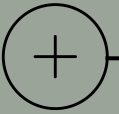
Duración: TRES AÑOS



DOCUMENTACIÓN INGRESO

- Solicitud de inscripción (Se entrega por parte de Coordinación)
- CURP
- Certificado de bachillerato o equivalente (en caso de no contar con certificado, presentar cualquier documento que acredite que concluyó el bachillerato)

Enviar documentación en un solo .PDF (Completamente legible, sin tachaduras o enmendaduras)



CONTÁCTANOS

331-893-69-68 / 386-105-18-61
 Universidad del Golfo Coordinación Valles
 udelg_valles
 udelg.coordinacionvalles@gmail.com
 Universidad del Golfo Coordinación Valles