LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

UNIVERSIDAD

ORGANISMO MUNDIAL DE INVESTIGACIÓN

OMI

WORLD RESEARCH ORGANISM

CENTRO DE INVESTIGACIÓN

RVOE: 20180518

REQUISITOS:
Certificado de Bachillerato
Acta de Nacimiento
Identificación Oficial
Comprobante de Domicilio
2 Fotografías
CURP

¿TE GUSTA IDENTIFICAR Y ANALIZAR LAS NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES?

Entonces la carrera de **mercadotecnia** es para ti.

Serás capaz de:

• Crear y desarrollar estrategias efectivas de marketing empleando herramientas tecnológicas para generar nuevos modelos de negocio de manera exitosa.

• Desarrolar e implementar los programas de comunicación integral de mercadotecnia en el ámbito nacional e internacional.

• Identificar las necesidades y actitudes de los consumidores con la finalidad de planear, diseñar e implementar estrategias que permitan proporcionar, servicios que aseguren su completa satisfacción, así como el logro de los objetivos de la empresa a la que pertenecen.

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA
PLAN DE ESTUDIOS

CUATRIMESTRE						
1	Introducción a la Mercadotecnia.	Teoría General de la Administración.	Metodología de la Investigación.	Derecho Mercantil.	Administración Publicitaria.	Introducción a la Publicidad.
2	Fundamentos de Ventas.	Administración de la Mercadotecnia.	Investigación Cuantitativa y Cualitativa.	Sociología.	Matemáticas Aplicadas a la Mercadotecnia y Administración	Micro y Macro Economía.
3	TLC y Tratados Internacionales.	Comportamiento del Consumidor.	Relaciones Públicas.	Régimen Legal de la Mercadotecnia.	Tecnologías de la Información y Comunicaciones.	Entorno Económico Internacional.
4	Estadística.	Segmentación de Mercados.	Investigación de Mercados.	Desarrollo de Habilidades Directivas.	Publicidad y Empresas.	Problemas Sociopolíticos en México.
5	Estrategias Mercadológicas.	Sistemas de Información de Mercados.	Administración y Control Financiero.	Propaganda y Publicidad.	Publicidad Exterior.	Mercadotecnia Social y Política.
6	Imagen Corporativa.	Comercio Electrónico.	Marketing de Franquicias.	Responsabilidad Social Empresarial.	Medios de Comunicación Colectiva.	Desarrollo de Productos.
7	Gerencia de Marca.	Logística y Distribución.	Mercadotecnia Directa.	Mercadotecnia Multicultural.	Mercadotecnia Industrial.	
8	Mercadotecnia de Servicios.	Costos y Fijación de Precios.	Mercadotecnia Operativa.	Mercadotecnia Internacional.	Taller de Campañas Publicitarias.	
9	Técnicas de Negociación.	Seminario de Investigación.	Benchmarking.	Ética Corporativa.		

Formativa

Profesionalización

Integral

EJES DE CONOCIMIENTO

- MERCADOTECNIA
- ADMINISTRACIÓN Y MERCADOS
- TEORÍA E INVESTIGACIÓN
- PUBLICIDAD
- ECONOMÍA
- EMPRESA Y LEGISLACIÓN