

Licenciatura MERCADOTECNIA Y DISEÑO PUBLICITARIO

RVOE ES/042/2009

PLAN de ESTUDIO CUATRIMESTRAL

- Mercadotecnia
- Introducción a la Publicidad
- Administración I
- Diseño Gráfico Asistido por Computadora
- Desarrollo Humano
- Introducción a la Economía
- Redacción de Textos Universitarios
- Mercadotecnia de Productos.
- Diseño Publicitario I
- Administración II
- Diseño de imágenes Asistido por Computadora
- Estadística
- Microeconomía
- Comportamiento del Consumidor
- Mercadotecnia en Distribución y Precio
- Diseño Publicitario II
- Macroeconomía
- Diseño de Presentaciones por Computadora
- Mercadotecnia y Promoción
- Estrategias de Publicidad
- Derecho Mercantil
- Desarrollo Sustentable
- Administración de Ventas
- Investigación de Operaciones.
- La Radio
- Planeación Estratégica y Mercadotecnia
- Investigación de Mercados I
- Derecho Fiscal
- Emprendedores
- Contabilidad de Costos
- Fotografía
- Metodología de la Investigación.
- Gestión de Mercadotecnia
- Investigación de Mercados II
- Retoque Fotográfico
- Creación de una Empresa
- Estrategias de Mercadotecnia
- Comunicación y Publicidad
- Sistemas de Reproducción
- Sistemas de Calidad I
- Comunicación Intercultural
- Mercadotecnia en Servicios
- Análisis de Estados Financieros
- Comercio y Mercadotecnia Internacional I
- Publicidad y Plan de Medios
- Audiovisual I
- Sistemas de Calidad II
- Psicología Empresarial
- Proyectos de Inversión
- Derecho Publicitario
- Proyecto Final de la Carrera
- Comercio y Mercadotecnia Internacional II
- Audiovisual II
- Administración de la Publicidad

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:

- Capacidad de decisión para lograr el crecimiento y permanencia de la empresa.
- Innovación, creatividad y dedicación permanente a la investigación del mercado nacional y/o internacional.
- Ética y capacidad para conocer y satisfacer las necesidades cambiantes del consumidor y dar solución a los problemas del mercado.

Duración:
3 años 8 meses