

RV0E: Acuerdo No. 2020ES62122026

Mercadotecnia

PLAN DE ESTUDIOS

1er. Semestre

- Introducción a la Comunicación
- Taller de Creatividad e Innovación
- Fundamentos de Mercadotecnia
- Principios de Gestión Empresarial
- Entorno Económico Empresarial
- Inglés de Elemental

2do. Semestre

- Diseño y Comunicación Visual
- Comportamiento del Consumidor
- Comunicación de las Organizaciones
- Marco Legal Empresarial
- Estadística y Pronósticos Aplicados a los Negocios
- Inglés Básico

3er. Semestre

- Herramientas Digitales
- Legislación Comercial
- Desarrollo de Productos y Marcas
- Investigación Cualitativa
- Mercadotecnia Estratégica
- Inglés Pre-intermedio

4to. Semestre

- Plan de Medios
- Administración de la Cadena de valor
- Investigación Cuantitativa
- Bases Contables
- Derecho Empresarial y Propiedad Intelectual
- Inglés Intermedio

5to. Semestre

- Comunicación Corporativa
- Comercio Electrónico
- Gerencia de Marca
- Análisis y Gestión de Precios
- Administración Financiera
- Comportamiento Organizacional

6to. Semestre

- Relaciones Públicas
- Negociación y Ventas
- Imagen Pública y Corporativa
- Mercadotecnia Global
- Mercadotecnia Social
- Administración de Operaciones

7mo. Semestre

- Comunicación Integral
- Simulación de Negocios
- Emprendimiento
- Mercadotecnia Étnica
- Evaluación de Proyectos
- Habilidades Directivas

8vo. Semestre

- Mercadotecnia Política
- Mercadotecnia Turística
- Mercadotecnia Industrial
- Plan Integral de Mercadotecnia
- Negocios Internacionales
- Ética y Responsabilidad Social

LA LICENCIATURA EN **MERCADOTECNIA** CUENTA CON ACREDITACIÓN DE CALIDAD OTORGADA POR:

CAMPO LABORAL

Al egresar podrá desempeñarse en:

- Empresas nacionales e internacionales
- Agencias de Publicidad
- Medios de Comunicación
- Creando su propia empresa



PERFIL DE EGRESO

Profesional preparado para diseñar estrategias para la comercialización de bienes o servicios, analizando las últimas tendencias del mercado, generar ideas y oportunidades de negocios, forjando valor hacia el consumidor, así como los factores que influyen en el proceso de la decisión de compra a través del manejo de redes y herramientas digitales para cumplir los objetivos de un mejor posicionamiento de la imagen corporativa.



urse.edu.mx

INFORMES

951 514 14 10 / EXT. 117

@URSE Oaxaca en

