

| SEMESTRE | BLOQUE DE FORMACIÓN INTEGRAL DEL MODELO EDUCATIVO MARISTA | | | | BLOQUE DE FORMACIÓN PROFESIONAL | | | | | | | | |
|----------|--|---|-------------------------|--|--|---------------------------------------|---|---|---|---|-----------------------------------|------------------------------|--|
| | Formación Humana | Pensamiento crítico y conciencia social | Formación universitaria | Formación interdisciplinaria | | | | | | | | | |
| 1 | Humanística. Identidad universitaria Marista. Ser para Servir | | | | Administración | Introducción a la empresa | Contabilidad financiera | Taller de identidad del mercadólogo Marista | Estructura y diseño de datos | Matemáticas para negocios | Marco jurídico en los negocios | Fundamentos de mercadotecnia | |
| 2 | Humanística. La persona y su compromiso con el entorno y la sociedad | | | | Contabilidad empresarial | Finanzas de valuación | Taller de aplicaciones de sistemas de información | VARIABLES DE LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA | Taller de comunicación y presentaciones efectivas | Comunicación vectorial | Economía y la empresa | | |
| 3 | Humanística. La persona y el compromiso con su ser trascendente | Desarrollo social | Optativa I | | Contabilidad administrativa | Análisis de datos | Gestión y desarrollo de talento humano | Mercadotecnia estratégica I | Comunicación en mapa de bits | Macroeconomía y la empresa | | | |
| 4 | Humanística. La persona y su compromiso con el otro cercano | Pensamiento crítico | Optativa II | | Taller de investigación y toma de decisiones | Finanzas en los negocios | Análisis empresarial | Mercadotecnia interna | Mercadotecnia estratégica II | Publicidad I | | | |
| 5 | Humanística. La persona y su compromiso consigo misma | Sistemas económicos y política pública | Optativa III | Interdisciplinaria. Dignidad humana | Pensamiento estratégico | Transformación digital | Inteligencia de mercados I | Mercadotecnia internacional | Publicidad II | | | | |
| 6 | | | | Interdisciplinaria. Ética | Inteligencia de mercados II | Imagen y relaciones públicas | Economía del comportamiento del consumo | Mercadotecnia digital | Creatividad, innovación y emprendimiento | Fuerza de ventas | Taller de producción publicitaria | Business elective 1 | |
| 7 | | | | Interdisciplinaria. Sostenibilidad | Fijación de precios | Promoción de ventas | Manejo estratégico de marca | Taller de liderazgo y negociación | Estrategias para la web | Mercadotecnia de servicios y experiencias | Business elective 2 | | |
| 8 | | | | Interdisciplinaria. La vida de todos y todas | Métricas de mercadotecnia | Taller del mercadólogo como consultor | Adquisiciones e inventarios | Comercio electrónico | Optativa VII | Optativa VIII | Business elective 3 | | |
| 9 | | | | | Sistemas integrados de información | Plan de mercadotecnia | Dirección de medios digitales | Gerencia de marca | Canales de distribución y logística | Optativa IX | Optativa X | Optativa XI | |

LÍNEAS DE FORMACIÓN

| | | | | | |
|-------------------------|------------------------------|----------------------------------|------------------------|-----------------------|----------------|
| Decisiones estratégicas | Generación y manejo de datos | Promoción de consumo responsable | Planeación estratégica | Comunicación efectiva | Emprendimiento |
|-------------------------|------------------------------|----------------------------------|------------------------|-----------------------|----------------|

OPTATIVAS DISCIPLINARES

| | | | | | |
|--|--|--------------------------------------|----------------------------------|--|----------------------|
| Administración de empresas familiares | Administración de entidades financieras no bancarias | Administración de riesgos | Administración inmobiliaria | Comercio exterior y trámites aduanales | Dirección financiera |
| Econometría financiera | Finanzas corporativas | Finanzas globales | Finanzas internacionales | Franquicias en México | Geografía económica |
| Gestión de restaurantes | Manejo de crisis | Mercadotecnia de destinos turísticos | Mercadotecnia de restaurantes | Mercadotecnia política | Mercadotecnia social |
| Oportunidades de negocios alternativos | Protocolo y negociación internacional | Sociología y diseño | Taller de decisiones comerciales | Uso sustentable de recursos naturales | |

BUSINESS ELECTIVES (ELEGIR 3)

| | | |
|----------------------------|---|--------------------------|
| Global business strategy | Quality management and customer service | Corporate communications |
| Management skills workshop | Marketing management | Sales management |
| English for business | | |