



LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Nuestros planes de estudio resultado de un proceso de mejora continua en la búsqueda constante de la excelencia académica, y en atención a las necesidades propias del contexto social y laboral.

La formación integral que promovemos en la Universidad Marista de Mérida, implica visualizar tu formación desde todas las áreas del desarrollo humano. Para lograr esto, nuestros planes de estudio están conformados por dos grandes bloques:

FORMACIÓN INTEGRAL

Más allá de la carrera que curses, estas materias te ayudarán a aprender, entender e interpretar el contexto social, con un desempeño personal y profesional regido por la ética, la tolerancia, el respeto y la empatía, contribuyendo a un mejor mundo. Este bloque está compuesto por cuatro áreas a lo largo de tu formación universitaria:



FORMACIÓN HUMANA

Desarrolla tu ser para vivir con congruencia en lo personal, profesional y comunitario.



FORMACIÓN PARA LA CONCIENCIA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Conocerás críticamente la realidad para contribuir a una sociedad más justa, responsable y solidaria.



FORMACIÓN UNIVERSITARIA PARA EL SIGLO XXI

Desarrollarás conocimientos, habilidades y herramientas para una trayectoria universitaria y profesional plena, experimentando el arte, comprendiendo la diversidad cultural y desenvolviéndote en el ámbito universitario y laboral.



FORMACIÓN INTERDISCIPLINARIA

Ampliarás tus conocimientos y te pondrás en contacto con otras disciplinas, e incluso con otras universidades del mundo, en áreas como: dignidad humana, ética, sostenibilidad y la vida de todas y todos.

FORMACIÓN PROFESIONAL

Son todas las materias relacionadas directamente con tu profesión. Éstas obedecen a líneas de formación que se definen con base en los conocimientos y habilidades que demanda el mundo actual en cuanto a cada una de las profesiones.

En el plan de estudios verás que cada materia tiene un recuadro de color, el color representa la línea de formación.

PLAN DE ESTUDIOS_MERCADOTECNIA



LÍNEAS DE FORMACIÓN INTEGRAL

FORMACIÓN HUMANA

**FORMACIÓN PARA LA CONCIENCIA
Y RESPONSABILIDAD SOCIAL**

**FORMACIÓN UNIVERSITARIA PARA EL
SIGLO XXI**

FORMACIÓN INTERDISCIPLINARIA

LÍNEAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL

DECISIONES ESTRATÉGICAS

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

GENERACIÓN Y MANEJO DE DATOS

COMUNICACIÓN EFECTIVA

PROMOCIÓN DE CONSUMO RESPONSABLE

EMPRENDIMIENTO

LÍNEAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL

BUSINESS ELECTIVE

DEBERÁS ELEGIR 3 MATERIAS EN INGLÉS DE 7 OPCIONES

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

OPTATIVAS

DEBERÁS ELEGIR 3 MATERIAS PARA CURSAR EN LOS SEMESTRES 6º, 7º Y 8º

- Administración de empresas familiares
- Administración de entidades financieras no bancarias
- Administración de riesgos
- Administración inmobiliaria
- Atención al cliente y calidad en el servicio
- Comercio exterior y trámites aduanales
- Dirección comercial
- Dirección financiera
- Econometría financiera
- Estrategias globales de los negocios
- Finanzas corporativas
- Finanzas globales
- Finanzas internacionales
- Franquicias en México
- Geografía económica
- Gestión de restaurantes
- Gestión de ventas
- Inglés para negocios
- Manejo de crisis
- Mercadotecnia de destinos turísticos
- Mercadotecnia de restaurantes
- Mercadotecnia política
- Mercadotecnia social
- Oportunidades de negocios alternativos
- Protocolo y negociación internacional
- Representación corporativa
- Sociología y diseño
- Taller de decisiones comerciales
- Taller de habilidades directivas
- Uso sustentable de recursos naturales

PLAN DE ESTUDIOS_ MERCADOTECNIA

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