

✓ PLAN DE ESTUDIOS

Modalidad: Escolarizada

Opción: Presencial

1er. Cuatrimestre

- Fundamentos de Administración
- Matemáticas Aplicadas a los Negocios
- Información Financiera de la Organización
- Fundamentos de Mercadotecnia
- Taller de Informática Aplicada

2do. Cuatrimestre

- Fundamentos de Economía
- Empresa y Sociedad
- Derecho Mercantil
- Mercadotecnia Integral
- Fundamentos Cuantitativos para la Mercadotecnia

3er. Cuatrimestre

- Desarrollo de Nuevos Productos
- Marketing y Negocios Digitales
- Taller de Creatividad e Innovación para los Negocios
- Actividad Comercial y Administración de Ventas
- Probabilidad Aplicada a la Mercadotecnia

4to. Cuatrimestre

- Investigación Cuantitativa de Mercados
- Planeación y Monitoreo de los Medios Digitales
- Comunicaciones Integrales de la Mercadotecnia
- Técnicas de Venta
- Negociación y Toma de Decisiones

5to. Cuatrimestre

- Investigación de Cualitativa de Mercados
- Estrategias de Distribución
- Publicidad Creativa
- Psicología y Conducta del Consumidor
- Diseño, Impresos y Fotografía

6to. Cuatrimestre

- Talento Humano y Liderazgo
- Mercadotecnia de Servicios
- Promoción de Ventas y Merchandising
- Desarrollo de Dirección de Marcas
- Estrategias de Precio

7mo. Cuatrimestre

- Investigación de Operaciones
- Mercadotecnia Internacional
- Imagen y Relaciones Públicas
- Régimen Legal de la Mercadotecnia
- Endomarketing

8vo. Cuatrimestre

- Plan de Negocios
- Mercadotecnia Política
- Mercadotecnia Social y Sustentable
- Personal Branding
- Marketing Sensorial y Experimental

9no. Cuatrimestre

- Competitividad, Productividad y Calidad
- Seminario de Ética Profesional en los Negocios y la Mercadotecnia
- Planeación Estratégica de la Mercadotecnia
- Neurociencias Aplicadas a los Negocios
- Mercadotécnica Contemporánea y Trendhunting