



# LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Modalidad online

## Descripción breve

Licenciatura semestral online. Termina tu carrera en 3 años.

RVOE: 2021P02975

Página: <https://cudc.edu.mx>

## Modalidad de estudio.

- **Modalidad:** Semestral online.
- **Duración:** 3 años.
- **Clases:** Síncronas, los sábados con media hora de receso. Tendrás contacto directo con tus maestros en clases virtuales en tiempo real.
- **Plataforma:** Potente LMS para seguimiento académico, realización de actividades, tareas, proyectos, exámenes, foros y más. Dentro de la plataforma tendrás contacto con tus maestros con plataforma de mensajería propia y tendrás pleno seguimiento de tus calificaciones y poder ponerte en contacto con tus compañeros y profesores para el seguimiento de tus clases. <https://lms.cudc.edu.mx/>
- **Sesiones síncronas:** A través de tu cuenta institucional proporcionada por la Universidad de las Casas podrás tomar tus clases en línea los sábados y estas serán grabadas, pudiéndolas consultar posteriormente. La plataforma es Meet de Google Workspace for Education, con un espacio ilimitado en Google Drive para que puedas guardar todas tus actividades e información proporcionada por los profesores.
- **Trabajo asíncrono:** Trabaja y estudia el mismo tiempo. Manejas tus horarios para realizar todas las actividades y tareas de la institución.
- **Materias por módulos:** Para no saturar a nuestros estudiantes, las materias se dividen en módulos, donde tomarás 4 materias las primeras 9 semanas y 3 materias las últimas 6 semanas, todo esto en los semestres de 16 semanas. Los semestres de 18 semanas serán 4 materias las primeras 11 semanas y 3 materias las últimas 7 semanas.
- **Curso de ingreso:** Recibirás capacitación online antes de comenzar tus clases y también invitaciones a webinar y cursos realizados por nuestros directivos, profesores y profesionales invitados.
- **Investigaciones científicas:** El Centro Universitario de las Casas contará con un Centro de Investigación y estamos en proyecto de crear nuestra propia editorial para posterior publicación de los artículos realizados por nuestros estudiantes y profesores.

## Objetivos generales del plan de estudios.

Es un profesionalista propositivo, creativo e innovador con vocación transformadora, comprometido con la sociedad y valores éticos, capaz de analizar y diagnosticar a la organización, que por consecuencia diseña y ejecuta estrategias de mercadotecnia para potencializar su crecimiento, posicionamiento e imagen.

## Perfil del egresado.

El licenciado en Mercadotecnia será capaz de diseñar, implementar, coordinar y evaluar estrategias de mercadotecnia tanto en empresas como en organismos públicos, que impulsen el posicionamiento, la participación del mercado y la competitividad a través de:

- El estudio y análisis del mercado, el establecimiento de lineamientos para su segmentación, la detección de necesidades, identificación de hábitos, cambios y tendencias en el comportamiento de consumo;
- El diseño y ejecución de estrategias de distribución y comercialización;
- El diseño creativo de campañas de publicidad, su implementación, y mediación;
- El desarrollo de oportunidades de negocios a través de la innovación en productos y servicios;
- El uso de la tecnología y los sistemas de información para potencializar el alcance de comercialización, y publicidad a través del comercio electrónico; y

La aplicación de la mercadotecnia en diferentes ámbitos.

- El licenciado en Mercadotecnia coadyuvará al desarrollo y transformación de su entorno con ética y un alto compromiso social, dentro del marco de la legalidad, respetando la diversidad cultural, capaz de integrarse en ámbitos de trabajo multidisciplinarios, colaborar y aplicar sus conocimientos con la finalidad de generar el bien común.

## Asignaturas.

	Asignaturas	Clave	Seriación	Horas		Créditos	Instalaciones
				Con Docente	Independientes		
1er. Semestre	Mercadotecnia	LM101		48	80	8	A
	Gestión	LM102		48	80	8	A
	Derecho de los negocios	LM103		48	80	8	A
	Habilidades matemáticas	LM104		48	80	8	A
	Economía en los negocios	LM105		48	80	8	A
	Comunicación para la Mercadotecnia	LM106		48	80	8	A, L
	Microeconomía	LM107		48	80	8	A
	Suma			336	560	56	
2do. Semestre	Administración de la Mercadotecnia	LM208		48	80	8	A
	Legislación de la Mercadotecnia	LM209		48	80	8	A
	Deontología y responsabilidad social	LM210		48	80	8	A
	Matemáticas financieras	LM211		48	80	8	A
	Información Financiera Mercadotecnia	LM212		48	80	8	A
	Inglés I	LM213		48	80	8	A
	Macroeconomía	LM214		48	80	8	A
	Suma			336	560	56	
3er. Semestre	Comportamiento del consumidor	LM315		48	80	8	A
	Herramientas de diseño de estrategias I	LM316		48	80	8	A
	Modelos de optimización	LM317		48	80	8	A
	Estadística descriptiva	LM318		48	80	8	A
	Costos y presupuestos para Mercadotecnia	LM319		48	80	8	A
	Capital humano	LM320		48	80	8	A
	Inglés II	LM321	LM213	48	80	8	A
	Suma			336	560	56	
4to. Semestre	Mercadotecnia de servicios	LM422		48	80	8	A
	Herramientas de diseño de estrategias II	LM423	LM316	48	80	8	A
	Canales de distribución	LM424		48	80	8	A
	Estadística inferencial	LM425		48	80	8	A
	Análisis y planeación financiera	LM426		48	80	8	A
	Administración de las pymes y empresa familiar	LM427		48	80	8	A
	Inglés III	LM428	LM321	48	80	8	A
	Suma			336	560	56	

	Asignaturas	Clave	Seriación	Horas		Créditos	Instalaciones
				Con Docente	Independientes		
5to. Semestre	Innovación y desarrollo de productos	LM529		48	80	8	A
	Negocios electrónicos	LM530		48	80	8	A
	Administración de la cadena de suministro	LM531		48	80	8	A
	Investigación de mercados I	LM532		48	80	8	A
	Mercadotecnia social	LM533		48	80	8	A
	Administración de ventas y negociación	LM534		48	80	8	A
	Inglés IV	LM535	LM428	48	80	8	A
	Suma			336	560	56	

	Asignaturas	Clave	Seriación	Horas		Créditos	Instalaciones
				Con Docente	Independientes		
6o. Semestre	Publicidad	LM636		48	80	8	A
	Estrategias de promoción de ventas	LM637		48	80	8	A
	Marcas y patentes	LM638		48	80	8	A
	Investigación de mercados II	LM639	LM532	48	80	8	A
	Métodos y estrategias de precios	LM640		48	80	8	A
	Gestión de marca	LM641		48	80	8	A
	Herramientas digitales de Mercadotecnia	LM642		48	80	8	A
	Suma			336	560	56	
				2016	3360	336	

	Horas con Docente	Horas Independientes	Créditos
Total General	2016	3360	336

## Requisitos de egreso.

- Contar con el 100% de créditos aprobados.
- Haber cumplido con el servicio social (480 horas).
- Presentar constancia de dominio del idioma inglés.

## Evaluación del plan de estudios.

- Tesis y examen profesional.
- Examen general para el egreso de la licenciatura.
- Estudios de posgrado acreditando 45 créditos del Plan y programa de Estudios en un área a fin.
- Demostración de experiencia profesional.
- Reposte de Servicio Social prestado.

## Descripción por áreas de conocimiento.

Área	Descripción
Área de Mercadotecnia	<p>Conocer la correcta confección de herramientas de gestión como son los informes gerenciales, los presupuestos -base de la planificación-, además de los frecuentes informes elaborados para su presentación ante terceros. Éstas, entre otras muchas actividades, requieren del personal que las ejecuta una adecuada capacitación para realizarlos con creatividad y conciencia de la relevancia del trabajo.</p> <p>Estudiar los procesos de la planificación como una de las actividades más importantes dentro de las organizaciones para saber reconocer el rumbo que tomarán en el corto, mediano y largo plazo los procedimientos empresariales</p>
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	<p>En esta área se darán a conocer los más importantes indicadores financieros y de gestión que se están utilizando en la actualidad y que pueden constituir herramientas útiles para guiar y controlar una gestión.</p> <p>En esta área se incluyen asignaturas que explican los métodos de evaluación de carpetas de crédito de clientes y los procedimientos que pueden emplearse para establecer el límite de crédito y cómo efectuar el seguimiento posterior.</p>
ADMINISTRACIÓN Y HUMANIDADES	<p>Esta área contiene los conceptos principales para aprovechar las herramientas analíticas en procesos habitualmente poco estructurados y de alta subjetividad como son con frecuencia los de toma de decisiones. Se busca así mismo cubrir temas habitualmente difíciles de encarar y de resolver satisfactoriamente en la empresa porque requieren el enlace entre sectores con diferentes tareas e integrados por personas frecuentemente con diferente formación.</p>

## Mapa curricular por áreas de conocimiento.

SEMESTRE					
1	2	3	4	5	6
Mercadotecnia LM101 HD48 HI80 8C	Administración de la Mercadotecnia LM208 HD48 HI80 8C	Comportamiento del consumidor LM315 HD48 HI80 8C	Mercadotecnia de servicios LM422 HD48 HI80 8C	Innovación y desarrollo de productos LM529 HD48 HI80 8C	Publicidad LM636 HD48 HI80 8C
Gestión LM102 HD48 HI80 8C	Legislación de la Mercadotecnia LM209 HD48 HI80 8C	Herramientas de diseño de estrategias I LM316 HD48 HI80 8C	Herramientas de diseño de estrategias II LM423 HD48 HI80 8C	Negocios electrónicos LM530 HD48 HI80 8C	Estrategias de promoción de ventas LM637 HD48 HI80 8C
Derecho de los negocios LM103 HD48 HI80 8C	Deontología y responsabilidad social LM210 HD48 HI80 8C	Modelos de optimización LM317 HD48 HI80 8C	Canales de distribución LM424 HD48 HI80 8C	Administración de la cadena de suministro LM531 HD48 HI80 8C	Marcas y patentes LM638 HD48 HI80 8C
Habilidades matemáticas LM104 HD48 HI80 8C	Matemáticas financieras LM211 HD48 HI80 8C	Estadística descriptiva LM318 HD48 HI80 8C	Estadística inferencial LM425 HD48 HI80 8C	Investigación de mercados I LM532 HD48 HI80 8C	Investigación de mercados II LM639 HD48 HI80 8C
Economía en los negocios LM105 HD48 HI80 8C	Información Financiera Mercadotecnia LM212 HD48 HI80 8C	Costos y presupuestos para Mercadotecnia LM319 HD48 HI80 8C	Análisis y planeación financiera LM426 HD48 HI80 8C	Mercadotecnia social LM533 HD48 HI80 8C	Métodos y estrategias de precios LM640 HD48 HI80 8C
Comunicación para la Mercadotecnia LM106 HD48 HI80 8C	Inglés I LM213 HD48 HI80 8C	Capital humano LM320 HD48 HI80 8C	Administración de las pymes y empresa familiar LM427 HD48 HI80 8C	Administración de ventas y negociación LM534 HD48 HI80 8C	Gestión de marca LM641 HD48 HI80 8C
Microeconomía LM107 HD48 HI80 8C	Macroeconomía LM214 HD48 HI80 8C	Inglés II LM321 HD48 HI80 8C	Inglés III LM428 HD48 HI80 8C	Inglés IV LM535 HD48 HI80 8C	Herramientas digitales de Mercadotecnia LM642 HD48 HI80 8C

MERCADOTECNIA	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	ADMINISTRACIÓN Y HUMANIDADES
---------------	---------------------------	------------------------------