

Licenciatura en Mercadotecnia Plan de estudios

Primer cuatrimestre

Fundamentos de matemáticas
Tópicos empresariales
Desarrollo de habilidades digitales
Identidad universitaria
Inglés I

Segundo cuatrimestre

Probabilidad y estadística
Tecnología digital
Fundamentos para la investigación
Inglés II
Mercadotecnia

Tercer cuatrimestre

Estadística inferencial
Gestión de proyectos de innovación
Inglés III
Contabilidad empresarial
Análisis del comportamiento del consumidor

Cuarto cuatrimestre

Estadística aplicada a los negocios
Inglés IV
Economía empresarial
Investigación de mercados
Herramientas de diseño gráfico

Quinto cuatrimestre

Negociación y liderazgo
Inglés V
Análisis de costos
Marco legal de los negocios
Inteligencia de negocios

Sexto cuatrimestre

Analítica de datos
Inglés VI
Mercadotecnia digital
Gestión financiera
Estrategias de venta

Séptimo cuatrimestre

Análisis y fijación de precios
Presupuesto maestro
Indicadores de desempeño y CRM
Distribución y logística
Mercadotecnia de contenidos

Octavo cuatrimestre

Modelos de negocio y emprendimiento
Desarrollo de productos
Planeación estratégica de mercadotecnia
Diseño audiovisual
Redes sociales y mercadotecnia

Noveno cuatrimestre

Plan de negocios
Taller de proyectos de investigación
Diseño de marcas
Analítica de clientes
Estrategias de promoción de venta

Décimo cuatrimestre

Ética y desarrollo profesional
Mercadotecnia de experiencias
Comercio electrónico
Mercadotecnia internacional
Comunicación integrada de mercadotecnia