



“El logro de las metas de la organización depende de determinar las necesidades y deseos de los mercados meta y proporcionar las satisfacciones deseadas de forma más eficiente que los competidores”

Philip Kotler

Entender y satisfacer las necesidades del mercado.

OBJETIVOS

Formar profesionales y empresarios expertos en mercadotecnia con bases firmes en administración y visión corporativa, que entiendan y satisfagan las necesidades de los mercados, desarrollando estrategias con sentido humano y ético.

CAMPO DE TRABAJO

-Mercadotecnia Corporativa
Retail, Publicidad, Relaciones Públicas, Estrategia de Ventas, Comunicación Corporativa, Dirección de Compras, Mercadotecnia Internacional, Desarrollo y Lanzamiento de Productos, Logística y Distribución, Brand Manager.

-Consultoría Integral de Mercadotecnia, Administración de Relaciones con los Clientes (CRM)

Comunicación Integral de Mercadotecnia (MIC), Category Management, Merchandising, E-Marketing, Advertising, Co-Marketing, Pricing, Branding, Retailtainment, Trade Marketing, Below the Line (BTL), Endomarketing, Investigación de Mercados, Ingeniería Comercial, Franquicias, Marketing Político, Marketing de Servicios, Marketing Industrial, Marketing Financiero, Marketing Social, Sporting Marketing.

-Emprendurismo



PLAN DE ESTUDIOS

SEMESTRAL | SUGERIDO

RVOE 87167/07-10-1987



EXIGENCIA
ACADÉMICA
EXCELENCIA
HUMANA

EMPRESARIALES UP

AME

ADMINISTRACIÓN
Y MERCADOTECNIA



1°

- Historia de la Cultura 6
- Administración Empresarial 8
- Historia del Pensamiento Económico 4
- Contabilidad Básica 8
- Derecho Constitucional y Civil 8
- Álgebra 12

5°

- Antropología Teológica II 4
- Investigación de Mercados Cuantitativa 8
- Conducta del Consumidor 8
- Macroeconomía 8
- Análisis Financiero 8
- Estadística para los Negocios II 8

9°

- Filosofía Política 4
- Plan de Mercadotecnia para Pymes 4
- Optativa 8 8
- Dirección del Capital Humano 4
- Derecho Fiscal 4

2°

- Persona y Sociedad 6
- Derecho Laboral 8
- Desarrollo de Nuevos Productos 4
- Contabilidad Intermedia 8
- Derecho Mercantil 8
- Cálculo Diferencial para Administración 8

6°

- Filosofía Social 6
- Administración y Estrategia de Producto y Precio 8
- Estrategia de Canales de Distribución 4
- Publicidad Estratégica 8
- Optativa 2 4
- Flujos de Efectivo y Capital de trabajo 8
- Investigación de Operaciones 8

Optativas

DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA

- 01 - Dirección I
- 02 - Legislación Comercial
- 03 - Estrategia de Comunicación Directa
- 04 - Comercio Global
- 05 - Mercadotecnia en el Punto de Compra
- 05 - Mercadotecnia de Intangibles
- 06 - Comercio Electrónico
- 07 - Administración de la Relación con Clientes
- 07 - Dirección II
- 08 - Seminario de Especialización en Mercadotecnia

3°

- Ética 6
- Administración de la Mercadotecnia 8
- Optativa 1 8
- Matemáticas Financieras 4
- Costos Históricos 8
- Álgebra Lineal 8

7°

- Hombre y Mundo Contemporáneo 6
- Dirección de Ventas 4
- Optativa 3 8
- Optativa 4 4
- Proyectos de Inversión e Introducción a Valuación de Empresas 8
- Teoría de la Estrategia 8
- Producción I 8

DIRECCIÓN DE MARCA

- 01 - Liderazgo y Equipos de Trabajo
- 01 - Simulación Empresarial
- 02 - Legislación Comercial
- 03 - Innovación
- 04 - Comercio Global I
- 05 - Mercadotecnia en el Punto de Compra
- 05 - Mercadotecnia de Intangibles
- 06 - Comercio Electrónico
- 07 - Diseño Publicitario
- 07 - Administración de la Relación con Clientes
- 08 - Seminario de Especialización en Mercadotecnia

4°

- Antropología Teológica 4
- Investigación de Mercados Cualitativa 4
- Estrategias Comerciales 8
- Microeconomía 8
- Teoría de la Organización 4
- Presupuestos 4
- Estadística para los Negocios I 8

8°

- Ética Profesional 6
- Dirección de Mercadotecnia 8
- Optativa 5 8
- Optativa 6 8
- Optativa 7 8
- Simulación Cuantitativa de Negocios 8

EMPREDURISMO

- 01 - Dirección de la Pequeña Empresa
- 02 - Desarrollo de Emprendedores I
- 03 - Innovación
- 03 - Desarrollo de Emprendedores II
- 04 - Liderazgo y Equipos de Trabajo
- 05 - Mercadotecnia en el Punto de Compra
- 05 - Legislación Comercial
- 06 - Comercio Electrónico
- 07 - Estrategia de Comunicación Directa
- 07 - Administración de la Relación con Clientes
- 08 - Seminario de Especialización en Mercadotecnia