

Plan de Estudios de Mercadotecnia

1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°
Procesos y Expresión del Pensamiento	Creatividad y Comunicación	Lengua Extranjera I	Lengua Extranjera II	Fe y Desarrollo Espiritual	Emprendimiento y Sustentabilidad	Taller de Empleo Autoempleo y Actividad Empresarial	Taller de Proyecto Profesional Ocupacional
Contabilidad Financiera	Sistemas Contables para la Toma de Decisiones	La Persona y su Interacción con los Otros	Diálogo Intercultural	Desarrollo del Plan Comercial	Obligatoria Electiva 1	Valores y Ética Profesional	Obligatoria Electiva 2
Campo Profesional de los Negocios	Negocios Globales y Mercadotecnia	Dimensiones y Alcances de la Mercadotecnia	Mercadotecnia de Negocios	Mercadotecnia Internacional y Multicultural	Taller de Investigación Cualitativa de Mercados	Análisis del Comportamiento del Consumidor	Actividad Curricular Complementaria
Administración y Responsabilidad Social	Microeconomía	Comunicación Integral de la Mercadotecnia	Canales de Distribución y Entrega de Valor	Taller de Investigación Cuantitativa de Mercados	Gestión de Marca	Taller de Diseño Mercadológico de Nuevos Prod.	Dirección Corporativa de Mercadotecnia
Conformación Legal de los Negocios	Instrumentación Estadística para los Negocios	Macroeconomía	Gestión de Información de Mercados	Mercadotecnia Social y de Servicios	Mercadotecnia Digital	Comercio y Negocios Electrónicos	Taller Integrador de Mercadotecnia Estratégica
Soluciones Matemáticas para los Negocios	Taller de Investigación	Matemáticas Financieras	Taller de Diseño	Taller de Comunicación y Medios	Diagnóstico Estratégico del Mercado	Materia 1 de Preespecialización	Materia 3 de Preespecialización
Herramientas Tecnológicas para los Negocios	Aplicación de las Tecnologías para los Negocios	Instrumentación Estadística Avanzada	Costos y Presupuestos	Estrategias de Precios	Plan de Negocios	Materia 2 de Preespecialización	Materia 4 de Preespecialización
				Taller de Negociación			