



MERCADOTECNIA

Mercadotecnia

MERCADOTECNIA



Universidad
La Salle®
Cancún

“**L**a Licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad La Salle Cancún está dirigida a jóvenes interesados en ser líderes de la planeación estratégica de cualquier empresa; es un profesional en el diseño de nuevos productos y marcas, comercialización y promoción, en análisis de la competencia, pronósticos de ventas e investigación de mercados.”

Plan de Estudios

1° Semestre

- Procesos y Expresión del Pensamiento
- Contabilidad Financiera
- Campo Profesional de los Negocios
- Administración y Responsabilidad Social
- Conformación Legal de los Negocios
- Soluciones Matemáticas para los Negocios
- Herramientas Tecnológicas para los Negocios

2° Semestre

- Creatividad y Comunicación
- Sistemas Contables para la Toma de Decisiones
- Negocios Globales y Mercadotecnia
- Microeconomía
- Instrumentación Estadística para los Negocios
- Taller de Investigación
- Aplicación de las Tecnologías para los Negocios

3° Semestre

- La Persona y su Interacción con los Otros
- Lengua Extranjera I
- Dimensiones y Alcances de la Mercadotecnia
- Comunicación Integral de la Mercadotecnia
- Macroeconomía
- Matemáticas Financieras
- Instrumentación Estadística Avanzada

4° Semestre

- Lengua Extranjera II
- Diálogo Intercultural
- Mercadotecnia de Negocios
- Canales de Distribución y Entrega de Valor
- Gestión de Información de Mercados
- Taller de Diseño
- Costos y Presupuestos

5° Semestre

- Fe y Desarrollo Espiritual
- Desarrollo del Plan Comercial
- Mercadotecnia Internacional y Multicultural
- Taller de Investigación Cuantitativa de Mercados
- Mercadotecnia Social y de Servicios
- Taller de Comunicación y Medios
- Estrategia de Precios
- Taller de Negociación

6° Semestre

- Emprendimiento y Sustentabilidad
- Obligatoria Electiva I
- Taller de Investigación Cualitativa de Mercados
- Gestión de Marca
- Mercadotecnia Digital
- Diagnóstico Estratégico del Mercado
- Plan de Negocios

7° Semestre

- Taller de Empleo, Autoempleo y Actividad Empresarial
- Valores y Ética Profesional
- Análisis del Comportamiento del Consumidor
- Taller de Diseño Mercadológico de Nuevos Productos
- Comercio y Negocios Electrónicos
- Asignatura I de Preespecialización
- Asignatura II de Preespecialización

8° Semestre

- Taller de Proyecto Profesional Ocupacional
- Obligatoria electiva 2
- Actividad Curricular Complementaria
- Dirección Corporativa de Mercadotecnia
- Taller Integrador de Mercadotecnia Estratégica
- Asignatura III de Preespecialización
- Asignatura IV de Preespecialización