

Licenciatura en
Mercadotecnia

Mercadológica mente productiva



www.leon.univa.mx



Bldv. Juan Alonso de Torres Pte. No. 3538 Col. San José de las Piletas 37330 León, Gto.

Tels.: 01 (477) 788.75.00 al 09 E-mail: promocion.leon@univa.mx

Sistema Universitario: **León** Guadalajara La Piedad Zamora Puerto Vallarta Aguascalientes
Lagos de Moreno Uruapan Colima Tepic San Luis Potosí Tabasco Querétaro

Plan de Estudios

Área de Formación Básica

Principios y procedimientos contables
Antropología filosófica
Sociedades mercantiles y títulos de crédito
Desarrollo de habilidades universitarias
Matemáticas
Fundamentos de economía
Principios de administración
Fundamentos de mercadotecnia
Prospectiva e innovación
Microeconomía
Estadística descriptiva
Relaciones públicas y comunicación
Diseño de sistemas de costos
La realización del hombre: una propuesta universitaria
Estadística inferencial
Comercio internacional
Fundamentos de psicología
Políticas económicas
Los valores y derechos humanos

Área de Formación Especialización

Informática administrativa aplicada
Investigación de mercados cuantitativa
Administración financiera
Comportamiento del consumidor
Planeación estratégica y operativa
Modelos matemáticos para la toma de decisiones
Marco legal de la mercadotecnia
Finanzas internacionales
Estrategias de medios publicitarios en mercadotecnia
Investigación de mercados cualitativa
Metodología de la investigación económico administrativa
Taller de envases y embalajes
Promoción
Mercadotecnia internacional
Comercio electrónico
Dirección de ventas
Canales de comercialización
Taller de mercadotecnia creativa
Sistemas de información de mercadotecnia
Estrategias de precio-producto
Mercadotecnia para PyMES
Congresos y convenciones
Simulación empresarial
Tópicos de actualidad en mercadotecnia
Plan de mercadotecnia
Desarrollo de nuevos productos

Asignaturas Optativas

MERCADOTECNIA APLICADA

Mercadotecnia de servicios
Mercadotecnia industrial
Mercadotecnia política y pública
Mercadotecnia social

MERCADOTECNIA DE NEGOCIOS Y TOMA DE DECISIONES

Equipos mercadológicos de alto desempeño
Pronósticos para la toma de decisiones
Calidad en la administración de la mercadotecnia
Estrategias de negociación internacional

ANÁLISIS DE NEGOCIOS

Estrategias de mercadotecnia
Competitividad y competencia
Ciclo de vida del producto: demanda y atractivo
Segmentación y posicionamiento del mercado

GESTIÓN INTERNACIONAL

Mercadotecnia, investigación y desarrollo
Operaciones gerenciales
Finanzas internacionales y proyectos de inversión
Negocios internacionales y leyes

Modalidad: Escolarizada
Duración: 10 cuatrimestres
3 años 4 meses
Horario: Lunes a Viernes
7:00 a 12:30 hrs.