



## COMPETENCIA GENERAL DE LA CARRERA

Formar profesionistas con un alto sentido de responsabilidad social y ética, con la más alta calidad académica, capaces de investigar y analizar las necesidades de los consumidores ante los cambios continuos e impredecibles de nuestro entorno a raíz de la nueva concepción del sistema mercadológico, desarrollando actividades gerenciales de investigación de mercados, así como el diseño y desarrollo de nuevos productos, distribución, ventas de publicidad, promoción, compras e inventarios que contribuyan a la satisfacción de las necesidades del mercado y los usuarios, persona íntegra, con una visión humanística y competitiva internacionalmente en su campo profesional, que al mismo tiempo sean ciudadanos comprometidos con el desarrollo económico, político, social y cultural de nuestro país.

## COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- A) Elaborar programas integrados de estrategias mercadológicas.
- B) Seleccionar, producir y comunicar el valor de un producto o servicio a grupos de consumidores y a organizaciones.
- C) Manejar medios publicitarios sean estos impresos o electrónicos.
- D) Planear estrategias creativas para la promoción de ventas.
- E) Llevar a cabo estrategias y técnicas apropiadas para lograr establecer los productos en el gusto de los clientes.
- F) Elaborar investigaciones y estudios de mercado para detectar e interpretar las necesidades y deseos comerciales de los consumidores.
- G) Implementar estrategias de calidad en el servicio al cliente.
- H) Comprender los fundamentos de la mercadotecnia y publicidad para aplicarlos de manera integral en pequeñas, medianas y grandes empresas.
- I) Diseñar y elaborar campañas de publicidad y de promoción.
- J) Revitalizar, sincronizar y mantener la demanda de un producto o servicio.
- K) Diseñar e implementar estrategias y planes de negocios que permitan a la empresa identificar oportunidades y crear ventajas competitivas y sustentables.

## CAMPO DE TRABAJO

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia y Publicidad se podrá incorporar con éxito en:

- A) Agencias de mercadotecnia, publicidad y relaciones públicas.
- B) Empresas públicas y privadas, manufactureras o de servicios.
- C) Empresas del sector financiero.
- D) Empresas de diseño gráfico que se dediquen a la manufactura de productos o servicios comerciales.
- E) Medios de comunicación.
- F) Instituciones educativas como investigador, docente o administrativo.
- G) Empresas enfocadas al comercio internacional.
- H) Departamentos de comercialización.
- I) Empresas mercadológicas de promoción, introducción o reforzamiento de mercado de productos comerciales o de servicios.
- J) Agencias de mercadotecnia, publicidad y relaciones públicas.
- K) Diseño y administración de su propia empresa.
- L) Departamentos de comunicación de dependencias del sector público y privado.
- M) Empresas turísticas nacionales e internacionales.
- N) Consultorías en planes de mercadotecnia.

**CENTRO DE ESTUDIOS UNIVERSITARIOS "16 DE SEPTIEMBRE"**  
**MAPA CURRICULAR**  
**LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**  
**PLAN CUATRIMESTRAL**

**FORMACIÓN BÁSICA**

**FORMACIÓN DISCIPLINAR**

**FORMACIÓN PROFESIONAL**

Primer Cuatrimestre    Segundo Cuatrimestre    Tercer Cuatrimestre    Cuarto Cuatrimestre

Quinto Cuatrimestre    Sexto Cuatrimestre    Séptimo Cuatrimestre

Octavo Cuatrimestre    Noveno Cuatrimestre

<b>CONTABILIDAD I</b> 1001 CR-7    HD=56 HI=56	<b>CONTABILIDAD II</b> 1006 CR-7    HD=56 HI=56	<b>CONTABILIDAD III</b> 1012 CR-7    HD=56 HI=56	<b>CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA</b> 1018 CR-7    HD=56 HI=56	<b>INFORMÁTICA PARA MERCADOTECNIA</b> 1075 CR-6    HD=42 HI=54	<b>PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS</b> 1034 CR-6    HD=42 HI=54	<b>MERCADOTECNIA DEL SERVICIO</b> 1080 CR-6    HD=42 HI=54	<b>TALLER DE EMPRENDEDORES</b> 1042 CR-7    HD=56 HI=56	<b>SEMINARIO DE MERCADOTECNIA</b> 1084 CR-7    HD=56 HI=56
<b>ADMINISTRACIÓN I</b> 1002 CR-7    HD=56 HI=56	<b>ADMINISTRACIÓN II</b> 1007 CR-6    HD=42 HI=54	<b>ESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA DE MÉXICO</b> 1019 CR-6    HD=42 HI=54	<b>DISEÑO DE LAS ORGANIZACIONES</b> 1013 CR-6    HD=42 HI=54	<b>CREATIVIDAD E INNOVACIÓN</b> 1076 CR-7    HD=56 HI=56	<b>PSICOLOGÍA DEL CONSUMO</b> 1077 CR-7    HD=56 HI=56	<b>COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL</b> 1037 CR-7    HD=56 HI=56	<b>INTELIGENCIA EMOCIONAL Y DESARROLLO HUMANO</b> 1045 CR-7    HD=56 HI=56	<b>SEMINARIO DE MERCADOTECNIA INTERNACIONAL</b> 1085 CR-7    HD=56 HI=56
<b>MATEMÁTICAS I</b> 1003 CR-7    HD=56 HI=56	<b>MATEMÁTICAS II</b> 1008 CR-7    HD=56 HI=56	<b>MATEMÁTICAS III</b> 1014 CR-7    HD=56 HI=56	<b>TALLER DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL</b> 1015 CR-6    HD=42 HI=54	<b>INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES I</b> 1029 CR-6    HD=42 HI=54	<b>TALLER DE PROYECTOS DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD</b> 1078 CR-6    HD=42 HI=54	<b>TALLER DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS</b> 1079 CR-6    HD=42 HI=54	<b>DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS</b> 1082 CR-7    HD=56 HI=56	<b>COMERCIO ELECTRÓNICO</b> 1086 CR-7    HD=56 HI=56
<b>COMPUTACIÓN I</b> 1004 CR-7    HD=56 HI=56	<b>COMPUTACIÓN II</b> 1009 CR-7    HD=56 HI=56	<b>MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN</b> 1020 CR-6    HD=42 HI=54	<b>MATEMÁTICAS FINANCIERAS</b> 1021 CR-6    HD=42 HI=54	<b>FINANZAS I</b> 1026 CR-7    HD=56 HI=56	<b>COSTOS I</b> 1052 CR-7    HD=56 HI=56	<b>ADMINISTRACIÓN DE VENTAS</b> 1040 CR-6    HD=42 HI=54	<b>TALLER DE COMUNICACIÓN GRÁFICA</b> 1083 CR-7    HD=56 HI=56	<b>ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA</b> 1046 CR-7    HD=56 HI=56
<b>NOCIONES DE DERECHO</b> 1005 CR-7    HD=56 HI=56	<b>DERECHO LABORAL</b> 1010 CR-6    HD=42 HI=54	<b>ÉTICA LABORAL</b> 1023 CR-6    HD=42 HI=54	<b>ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL I</b> 1022 CR-6    HD=42 HI=54	<b>ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL II</b> 1028 CR-7    HD=56 HI=56	<b>TALLER DE LÍDERES</b> 1032 CR-6    HD=42 HI=54	<b>MARCAS, PATENTES Y FRANQUICIAS</b> 1060 CR-6    HD=42 HI=54	<b>SEMINARIO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES</b> 1056 CR-7    HD=56 HI=56	<b>MODELOS DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD</b> 1058 CR-7    HD=56 HI=56
<b>CRÉDITOS= 35</b> HD= 280 HI= 280	<b>MICROECONOMÍA</b> 1011 CR-6    HD=42 HI=54	<b>MACROECONOMÍA</b> 1017 CR-6    HD=42 HI=54	<b>DERECHO EMPRESARIAL</b> 1016 CR-6    HD=42 HI=54	<b>MERCADOTECNIA I</b> 1027 CR-7    HD=56 HI=56	<b>MERCADOTECNIA II</b> 1033 CR-7    HD=56 HI=56	<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</b> 1041 CR-7    HD=56 HI=56	<b>CRÉDITOS= 35</b> HD= 280 HI= 280	<b>CRÉDITOS= 35</b> HD= 280 HI= 280

**CRÉDITOS= 39**  
HD= 294  
HI= 330

**CRÉDITOS= 38**  
HD= 280  
HI= 328

**CRÉDITOS= 37**  
HD= 266  
HI= 326

**CRÉDITOS= 40**  
HD= 308  
HI= 332

**CRÉDITOS= 39**  
HD= 294  
HI= 330

**CRÉDITOS= 38**  
HD= 280  
HI= 328

**CRÉDITOS TOTALES: 336 CRÉDITOS**  
**TOTAL HORAS DOCENTE: 2562**  
**TOTAL HORAS INDEPENDIENTES: 2814**



ASIGNATURAS ETAPA BÁSICA

ASIGNATURA ETAPA PROFESIONAL



ASIGNATURA ETAPA DISCIPLINARIA

TOTAL DE CRÉDITOS CON HORAS DOCENTES Y HORAS INDEPENDIENTES POR CUATRIMESTRE



ASIGNATURAS CON FUNDAMENTO SERIADO

