

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

**OBJETIVO GENERAL:**

La Licenciatura en Mercadotecnia y Publicidad se propone formar profesionales capaces de analizar y aplicar los principios y estrategias de la mercadotecnia y la publicidad para resolver los problemas de comercialización de las empresas, nacionales e internacionales. Será capaz de fundamentar, conceptualizar, planear y poner en marcha estrategias publicitarias y promocionales con características únicas que la organización o el producto que posicione requiera, aplicando de manera integral en pequeñas, medianas y grandes empresas los recursos tecnológicos y creativos, lo cual le permitirá tomar decisiones que permitan favorecer a las empresas en su proceso de expansión y competitividad.

**LISTA DE ASIGNATURAS POR CUATRIMESTRE**

1°	Fundamentos de Mercadotecnia	2°	Mercadotecnia Industrial
	Teoría de la Comunicación		Comunicación Audiovisual
	Fundamentos de Administración		Proceso Administrativo
	Matemáticas		Estadística
	Fundamentos de Contabilidad		Principios de Economía
	Informática Básica		Sistemas de Información
3°	Mercadotecnia de Servicios	4°	Mercadotecnia Social
	Comunicación Escrita		Medios de Difusión Aplicados a la Publicidad
	Teoría de la Publicidad		Matemáticas Financieras
	Sistemas y Procedimientos Organizacionales		Desarrollo del Producto
	Contabilidad Básica		Técnicas Profesionales de Ventas
	Condiciones Macro y Microeconómicas Actuales		Metodología de la Investigación
5°	Mercadotecnia Internacional	6°	Administración de la Publicidad
	Publicidad y Promoción		Segmentación y Desarrollo de Mercados
	Dirección y Liderazgo		Administración de Ventas
	Canales de Distribución y Comercialización		Tecnologías de la Información Aplicadas a la Mercadotecnia
	Fundamentos de Derecho		Análisis e Investigación de Mercados II
	Estrategias de la Mezcla en Mercadotecnia		Seminario de Mercadotecnia
7°	Planeación Estratégica de la Mercadotecnia	8°	Taller de Producción Publicitaria
	Estrategias para la Fijación de Precios		Marca y Posicionamiento
	Derecho Mercantil		Marco Legal de la Mercadotecnia y la Publicidad
	Seminario de Investigación de Mercados		Seminario de Investigación
	Análisis del Consumidor		
	Comercio Electrónico		
9°	Fomulación y Evaluación de Proyectos		
	Estrategia de Negocios		
	Seminario de Titulación		

<b>OPCIONES DE TITULACIÓN</b>	Excelencia académica - Promedio 9.5
	Tesis
	Estudios de posgrado
	Examen general de conocimientos
	Reporte de experiencia profesional y presentación de proyecto

La base del crecimiento y desarrollo del hombre es su fuerza de voluntad y perseverancia en la vida.

SEDES:

ATLACOMULCO

Nº DE ACUERDO: 20080286 | JUNIO 25 DE 2008.

**DIRECCIÓN:**

**CALLE JUAN DE DIOS PEZA Y ZARAGOZA Nº 12, COL. CENTRO,  
C.P. 50450, ATLACOMULCO, ESTADO DE MÉXICO.**

**TELÉFONOS:**

**01 (55) 58.68.38.89 | 58.68.37.78**

IXTLAHUACA FEDERAL

Nº DE ACUERDO: 20081636 | JUNIO 30 DE 2008.

**DIRECCIÓN:**

**AV. MORELOS ORIENTE Nº 110, BARRIO DE SAN PEDRO,  
C.P. 50740, IXTLAHUACA, ESTADO DE MÉXICO.**

**INSCRIPCIONES:**

**ANDADOR SUR Nº4, COL. CENTRO URBANO,  
C.P. 57400, CUAUTILÁN, ESTADO DE MÉXICO.**

**TELÉFONOS:**

**01 (55) 58.68.37.78 | 58.68.38.89 | 58.73.27.79 FAX: EXT. 102**

La base del  
crecimiento y  
desarrollo del  
hombre es su  
fuerza de  
voluntad y  
perseverancia  
en la vida.