

LICENCIATURA EN **MERCADOTECNIA**

MODALIDAD NO ESCOLARIZADA



Ula

¿CÓMO SE ESTUDIA EN ULA ONLINE?



- Estudia 1 materia cada 4 semanas.

Desde el inicio de tu carrera abordarás los temas específicos del área de tu interés mientras complementas tu formación con materias para el desarrollo de habilidades clave en el mundo profesional.



- Titulación doble programa.

Opción de cursar 2 programas vía materias optativas y de 7 a 16 meses adicionales.



- Plataforma de última generación.

Organización intuitiva que facilita la navegación, con todo lo que necesitas para cumplir con tus metas educativas.

NUEVO MODELO ULA

La Universidad Latinoamericana ha desarrollado un nuevo modelo que responde al contexto actual, al dotar al estudiante de la flexibilidad para adquirir competencias y habilidades acorde a sus intereses profesionales.

Este se integra por 3 áreas:

PROFESIONAL: Desarrolla las competencias específicas de tu carrera que te llevarán al éxito profesional.

INTEGRAL: Desarrollo de habilidades clave para todo profesional como: Análisis de datos, programación, matemáticas, comunicación e investigación.

DISCIPLINAR: Cursa materias con compañeros de disciplinas afines a tu área de estudio, lo que enriquecerá tu formación y contactos profesionales.

PERFIL DE INGRESO:

El aspirante a ingresar a la Licenciatura en Mercadotecnia, deberá contar con los siguientes conocimientos:

- Desarrollar procesos lógicos.
- Resolver problemas con base en principios, leyes y conceptos.
- Emplear las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- Ser capaz para evaluar fortalezas y debilidades de los equipos de trabajo.
- Desarrollar un pensamiento crítico y constructivo.

PERFIL DE EGRESO:

- Evaluar planes de mercadotecnia de acuerdo a las necesidades de las organizaciones.
- Difundir campañas de publicidad y promoción.
- Crear estrategias innovadoras de mercadotecnia, ventas, comercialización y distribución.
- Implementar un plan de mercadotecnia que fortalezca las marcas de las organizaciones.
- Desarrollar e innovar productos que obedezcan a las necesidades del mercado.

PLAN DE ESTUDIOS

Área Profesional:

- Comportamiento del consumidor
- Investigación de mercados
- Diseño de estrategias de producto y precio
- Aplicaciones tecnológicas y comercio electrónico
- Mercadotecnia de servicios y experiencias
- Diseño de estrategias de promoción
- Gerencia de marca
- Mercadotecnia ambiental
- Campañas publicitarias y plan de medios
- Campañas digitales
- Proyecto final: plan de mercadotecnia
- Ingeniería de la imagen
- Optativa III
- Optativa IV

Área Integral:

- Análisis y redacción de textos
- Liderazgo y trabajo en equipo
- Historia global
- Ciudadanía y participación
- Fundamentos de estadística
- Programación
- Metodología de la investigación
- Innovación y creatividad
- Economía y sociedad
- Ética y responsabilidad social
- Optativa V

■ Área Integral

■ Área Disciplinar

■ Área Profesional

Área Disciplinar:

- Administración
- Entorno de la organización
- Mercadotecnia
- Contabilidad
- Planeación e integración del factor humano
- Derecho corporativo
- Economía aplicada a los negocios
- Planeación estratégica
- Inteligencia de negocios
- Optativa I
- Optativa II

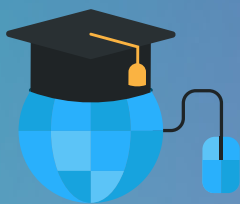
Optativas: Estas materias se elegirán de un grupo de asignaturas que la ULA definirá al inicio de cada ciclo escolar de acuerdo a la realidad actual de la carrera.

MAPA CURRICULAR

PRIMER CUATRIMESTRE	Administración	Análisis y redacción de textos	Entorno de la organización	Liderazgo y trabajo en equipo
SEGUNDO CUATRIMESTRE	Mercadotecnia	Historia global	Comportamiento del consumidor	Ciudadanía y participación
TERCER CUATRIMESTRE	Contabilidad	Fundamentos de estadística	Planeación e integración del factor humano	Optativa I
CUARTO CUATRIMESTRE	Derecho corporativo	Programación	Investigación de mercados	Optativa II
QUINTO CUATRIMESTRE	Economía aplicada a los negocios	Metodología de la investigación	Planeación estratégica	Optativa III
SEXTO CUATRIMESTRE	Diseño de estrategias de producto y precio	Innovación y creatividad	Aplicaciones tecnológicas y comercio electrónico	Optativa IV
SÉPTIMO CUATRIMESTRE	Mercadotecnia de servicios y experiencias	Economía y sociedad	Diseño de estrategias de promoción	Optativa V
OCTAVO CUATRIMESTRE	Gerencia de marca	Ética y responsabilidad social	Mercadotecnia ambiental	Inteligencia de negocios
NOVENO CUATRIMESTRE	Campañas publicitarias y plan de medios	Campañas digitales	Proyecto final: plan de mercadotecnia	Ingeniería de la imagen

MODALIDAD: No Escolarizada
DURACIÓN: 3 años / 36 asignaturas
ANTECEDENTES DE INGRESO:
Bachillerato o Equivalente

BENEFICIOS ADICIONALES:



Accede a experiencias internacionales como: clases espejo, webinars, intercambio de materias y twin projects con las mejores universidades alrededor del mundo.



Acceso a la biblioteca digital más completa, sin costo adicional y con miles de recursos de consulta.

ULA.EDU .MX
55 8500 8351



EXCELENCIA ACADÉMICA A TU ALCANCE

MERCADOTECNIA

RVOE*: 20210429 FECHA DE ACUERDO 04/03/2021 | MODALIDAD NO ESCOLARIZADA | *RECONOCIMIENTO CON VALIDEZ OFICIAL DE LA SEP