

Licenciado en Mercadotecnia

Plan 2009-2

Este programa educativo se ofrece en las siguientes unidades académicas de la UABC:

| Campus | Unidad académica donde se imparte | Organismo Acreditador | Situación de calidad | Vigencia |
|-----------------|--|-----------------------|----------------------|-------------------------------------|
| Campus Mexicali | Facultad de Ciencias Administrativas | CACECA | Acreditado | septiembre 2017- septiembre 2022 |
| Campus Tijuana | Facultad de Turismo y Mercadotecnia | CACECA | Acreditado | junio 2018- junio 2023 |

Características del plan de estudios:

Para ingresar al Programa Educativo de Licenciatura en Mercadotecnia deberá de acreditar las asignaturas del Tronco Común

Perfil de ingreso:

El aspirante que desee ingresar a la Licenciatura en Mercadotecnia deberá presentar el siguiente perfil:

Conocimientos básicos en las áreas:

- Económico administrativas
- Matemáticas
- Ciencias Sociales

Habilidades básicas para:

- La comunicación oral y escrita
- El manejo de equipo de cómputo
- Resolver problemas prácticos
- El análisis crítico
- Crear e innovar
- Elaborar propuestas

Actitudes de:

- Trabajo individual y en equipo multidisciplinario
- Búsqueda de información
- Respeto al medio ambiente
- Autoaprendizaje
- Compromiso Social
- Emprendedor
- Espíritu de servicio
- Tolerancia hacia la diversidad

Perfil de egreso:

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia será capaz de detectar y analizar las necesidades y deseos de los consumidores ante los constantes cambios del entorno, desarrollando planes y estrategias de mercadotecnia, apegados a la información financiera de las empresas, mediante la utilización de herramientas como la investigación de mercados y la mezcla de promoción, con la finalidad de generar ventajas competitivas que permitan lograr un incremento en la rentabilidad de las organizaciones. Además podrá identificar áreas de oportunidad que generen negocios rentables, contribuyendo al desarrollo económico de la región.

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia será competente para:

- Desarrollar y Evaluar planes de investigación de mercados a través de la identificación de la realidad del entorno, el uso de metodologías y bases científicas aplicadas a las mismas, a fin de lograr un impacto en la productividad y competitividad de las organizaciones en una sociedad globalizada. con honestidad y responsabilidad.
- Evaluar estrategias de mercado mediante la aplicación de la herramienta de promoción de manera efectiva para el logro de los objetivos de mercadotecnia de la organización con lealtad y respeto.
- Utilizar las tecnologías de vanguardia en la planeación estratégica de mercadotecnia para generar ventajas competitivas en las organizaciones con respeto y responsabilidad social.
- Implementar planes de mercadotecnia sustentados en la información financiera y presupuestaria para aumentar la rentabilidad de la organización con un sentido crítico y responsable para el uso eficiente de los recursos.
- Evaluar las tendencias del mercado con apego a las disposiciones legales y estudios de factibilidad operativa, técnica y económica de mercado, para encontrar áreas de oportunidad que generen negocios rentables y asuma riesgos con actitud propositiva.

Campo profesional:

El Licenciado en Mercadotecnia podrá desempeñarse en organizaciones donde se promuevan, publiciten y desarrollen nuevos productos y servicios para satisfacer las necesidades y/o deseos del consumidor en:

Sector Público:

- En las áreas de comunicación social y/o mercadotecnia: Gobierno Federal, Estatal, Municipal, Organismos Descentralizados

Sector Privado:

- Industrial, Comercial, Servicio, Agropecuario

- En las áreas de: Ventas, Compras, Relaciones Públicas, Publicidad y Promoción, Investigación de Mercados

Sector Social:

- Partidos Políticos, Cámaras, Asociaciones no
- Lucrativas, Grupos Patronales, Fundaciones,
- Organizaciones Civiles (ONG's)

Profesional Independiente:

- Consultor y Asesor, Empresario Independiente y Capacitador

Unidades de aprendizaje por etapa de formación:

| Clave | Asignaturas obligatorias | HC | HL | HT | HPC | HE | CR | RQ |
|----------------------------|--|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|
| Etapa Básica | | | | | | | | |
| 11236 | Comunicación Oral y Escrita | 01 | -- | 02 | -- | 01 | 04 | |
| 11237 | Contabilidad | 02 | -- | 03 | -- | 02 | 07 | |
| 11238 | Desarrollo Humano | 01 | -- | 02 | -- | 01 | 04 | |
| 11239 | Entorno Global de los Negocios | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 11240 | Matemáticas | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 11241 | Responsabilidad Social | 02 | -- | 01 | -- | 02 | 05 | |
| 11242 | Tecnologías de la Información | 01 | -- | 03 | -- | 01 | 05 | |
| 11243 | Contabilidad Aplicada | 02 | -- | 03 | -- | 02 | 07 | 11237 |
| 11245 | Economía | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 11244 | Derecho | 03 | -- | -- | -- | 03 | 06 | |
| 11246 | Lógica para la Toma de Decisiones | 01 | -- | 03 | -- | 01 | 05 | |
| 11247 | Probabilidad y Estadística | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 11248 | Proceso Administrativo | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 11249 | Sistemas de Información | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 13120 | Derecho Corporativo | 03 | -- | -- | -- | 03 | 06 | |
| 11734 | Entorno Socioeconómico de México | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12250 | Estadística Aplicada | 03 | -- | 01 | -- | 03 | 07 | 11247 |
| 11733 | Matemáticas Financieras | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12251 | Mercadotecnia | 04 | -- | -- | -- | 04 | 08 | |
| 12252 | Psicología del Consumidor | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| Etapa Disciplinaria | | | | | | | | |
| 12253 | Comportamiento del Consumidor | 03 | -- | 01 | -- | 03 | 07 | |
| 12254 | Diseño Grafico | 02 | 02 | -- | -- | 02 | 06 | |
| 12255 | Habilidades Gerenciales | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12256 | Mercadotecnia de Bienes y Servicios | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12257 | Metodología de la Investigación | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12258 | Métodos Cuantitativos para la Toma de Decisiones | 02 | 02 | -- | -- | 02 | 06 | |
| 12259 | Desarrollo de Productos | 02 | -- | 03 | -- | 02 | 07 | |
| 12260 | Investigación de Mercados | 03 | -- | -- | 02 | 03 | 08 | |
| 12265 | Mercadotecnia Estratégica | 02 | -- | 03 | -- | 02 | 07 | |
| 12261 | Presupuestos y Costos | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12262 | Publicidad | 03 | -- | -- | 01 | 03 | 07 | |
| 12263 | Relaciones Públicas | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12264 | Análisis de Mercados | 03 | -- | 01 | -- | 03 | 07 | 12260 |
| 12266 | Mercadotecnia de Productos y Marcas | 03 | -- | -- | 02 | 03 | 08 | |
| 12267 | Finanzas Aplicadas a la Mercadotecnia | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12268 | Ventas | 02 | -- | 03 | -- | 02 | 07 | |
| Etapa Terminal | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|-------|-------------------------------|----|----|----|----|----|----|--|
| 12269 | Comercialización de Productos | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12270 | Dirección de Mercadotecnia | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12271 | Mercadotecnia Industrial | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12272 | Mercadotecnia Internacional | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12273 | Desarrollo de Emprendedores | 03 | -- | 02 | -- | 03 | 08 | |
| 12274 | Prácticas Profesionales | -- | -- | -- | 10 | -- | 10 | |

| Clave | Asignaturas optativas | HC | HL | HT | HPC | HE | CR | RQ |
|-------|-----------------------|----|----|----|-----|----|----|----|
|-------|-----------------------|----|----|----|-----|----|----|----|

Etapa Básica

| | | | | | | | | |
|-------|----------------------------|----|----|----|----|----|----|--|
| 12356 | Gestión del Talento Humano | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12357 | Ingles Especializado I | 01 | -- | 03 | -- | 01 | 05 | |

| Clave | Asignaturas optativas | HC | HL | HT | HPC | HE | CR | RQ |
|-------|-----------------------|----|----|----|-----|----|----|----|
|-------|-----------------------|----|----|----|-----|----|----|----|

Etapa Disciplinaria

| | | | | | | | | |
|-------|---|----|----|----|----|----|----|--|
| 12358 | Administración de las Relaciones con los Clientes | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12359 | Análisis de la Competencia | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12360 | Compras | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12361 | Comunicación Integral de Mercadotecnia | 02 | -- | -- | 02 | 02 | 06 | |
| 12362 | Desarrollo Sustentable | 02 | -- | -- | 02 | 02 | 06 | |
| 12363 | Posicionamiento | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |

| Clave | Asignaturas optativas | HC | HL | HT | HPC | HE | CR | RQ |
|-------|-----------------------|----|----|----|-----|----|----|----|
|-------|-----------------------|----|----|----|-----|----|----|----|

Etapa Terminal

| | | | | | | | | |
|-------|--|----|----|----|----|----|----|--|
| 12364 | Administración Estratégica | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12365 | Mercadotecnia de Organizaciones de Salud | 02 | -- | -- | 02 | 02 | 06 | |
| 12366 | Mercadotecnia Social | 02 | -- | 02 | -- | 02 | 06 | |
| 12367 | Mercadotecnia Política | 02 | -- | -- | 02 | 02 | 06 | |
| 12368 | Mercadotecnia Recreativa | 02 | -- | -- | 02 | 02 | 06 | |

ETAPA BÁSICA

TRONCO COMUN

| I | II | III |
|--|---|--|
| Desarrollo Humano HC HL HT HPC CR 01 -- 02 -- 04 | Sistemas de Información HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 | Psicología del Consumidor HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 |
| Entorno Global de los Negocios HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 | Proceso Administrativo HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 | Mercadotecnia HC HL HT HPC CR 04 -- -- -- 08 |
| Matemáticas HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 | Probabilidad y Estadística HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 | Estadística Aplicada HC HL HT HPC CR 03 01 -- -- 07 |
| Comunicación Oral y Escrita HC HL HT HPC CR 01 -- 02 -- 04 | Lógica para la Toma de Decisiones HC HL HT HPC CR 01 -- 03 -- 05 | Matemáticas Financieras HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 |
| Contabilidad HC HL HT HPC CR 02 -- 03 -- 07 | Contabilidad Aplicada HC HL HT HPC CR 02 -- 03 -- 07 | Entorno Socioeconómico de México HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 |
| Tecnologías de la Información HC HL HT HPC CR 01 -- 03 -- 05 | Economía HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 | Derecho Corporativo HC HL HT HPC CR 03 -- -- -- 06 |
| Responsabilidad Social HC HL HT HPC CR 02 -- 01 -- 05 | Derecho HC HL HT HPC CR 03 -- -- -- 06 | Optativa HC HL HT HPC CR -- -- -- -- Vr |

ETAPA DISCIPLINARIA

| IV | V | VI |
|--|---|---|
| Comportamiento del Consumidor HC HL HT HPC CR 03 -- 01 -- 07 | Desarrollo de Productos HC HL HT HPC CR 02 -- 03 -- 07 | Ventas HC HL HT HPC CR 02 -- 03 -- 07 |
| Mercadotecnia de Bienes y Servicios HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 | Mercadotecnia Estratégica HC HL HT HPC CR 02 -- 03 -- 07 | Mercadotecnia de Productos y Marcas HC HL HT HPC CR 03 -- -- 02 08 |
| Metodología de la Investigación HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 | Investigación de Mercados HC HL HT HPC CR 03 -- -- 02 08 | Análisis de Mercados HC HL HT HPC CR 03 -- 01 -- 07 |
| Habilidades Gerenciales HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 | Relaciones Públicas HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 | Finanzas Aplicadas a la Mercadotecnia HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 |
| Métodos Cuantitativos para la Toma de Decisiones HC HL HT HPC CR 02 02 -- -- 06 | Presupuestos y Costos HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 | Optativa HC HL HT HPC CR -- -- -- -- Vr |
| Diseño Gráfico HC HL HT HPC CR 02 02 -- -- 06 | Publicidad HC HL HT HPC CR 03 -- -- 01 07 | Optativa HC HL HT HPC CR -- -- -- -- Vr |
| Optativa HC HL HT HPC CR -- -- -- -- Vr | Optativa HC HL HT HPC CR -- -- -- -- Vr | Optativa HC HL HT HPC CR -- -- -- -- Vr |

ETAPA TERMINAL

| VII | VIII |
|---|---|
| Comercialización de Productos HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 | Emprendedores HC HL HT HPC CR 03 -- 02 -- 08 |
| Dirección de Mercadotecnia HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 | Optativa HC HL HT HPC CR -- -- -- -- Vr |
| Mercadotecnia Industrial HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 | Optativa HC HL HT HPC CR -- -- -- -- Vr |
| Mercadotecnia Internacional HC HL HT HPC CR 02 -- 02 -- 06 | Optativa HC HL HT HPC CR -- -- -- -- Vr |
| Optativa HC HL HT HPC CR -- -- -- -- Vr | Optativa HC HL HT HPC CR -- -- -- -- Vr |
| Optativa HC HL HT HPC CR -- -- -- -- Vr | Optativa HC HL HT HPC CR -- -- -- -- Vr |

ÁREAS DE CONOCIMIENTO

| | |
|------------------------------|---------------------------|
| MERCADOTECNIA | INVESTIGACIÓN DE MERCADOS |
| ADMINISTRACIÓN Y HUMANIDADES | FINANZAS |

- Seriación obligatoria
 - - Seriación recomendada

Unidad de Aprendizaje Integradora

HC= HORAS CLASE
 HL= HORAS LABORATORIO
 HT= HORAS TALLER
 HPC= HORAS PRÁCTICA
 CR= CRÉDITOS

Prácticas Profesionales 10 CR

Proyectos de Vinculación con Valor en Créditos 2CR