

Licenciatura 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
		CACSLA	Acreditado a Nivel Internacional	julio 2014- julio 2029
Campus Tijuana	Facultad de Turismo y Mercadotecnia	CACECA	Acreditado	junio 2013- junio 2018

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	06	
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	11243
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	--	02	08	
12265	Mercadotecnia Estratégica	03	--	02	--	02	08	
12261	Presupuestos y Costos	02	--	02	--	02	06	
12262	Publicidad	03	--	01	--	03	07	
12263	Relaciones Publicas	02	--	02	--	02	06	
12264	Análisis de Mercados	03	--	01	--	03	07	12260
12266	Mercadotecnia de Productos y Marcas	03	--	02	--	02	08	
12267	Finanzas Aplicadas a la Mercadotecnia	02	--	02	--	02	06	
12268	Ventas	02	--	03	02	--	07	
Etapa Disciplinaria								
Clave	Asignaturas obligatorias	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ

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	

Mapa curricular:

ÁREA BÁSICA			ÁREA DISCIPLINARIA			ÁREA TERMINAL	
TRONCO COMUN							
37	42	39	37	41	28	24	8
6	6	6	8	6	12	18	24
DESARROLLO HUMANO 4 HC1, HT2	ECONOMIA 6 HC2, HT2	PSICOLOGIA DEL CONSUMIDOR 6 HC2, HT2	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR 7 HC3, HT1	DESARROLLO DE PRODUCTOS 7 HC2, HPC3	VENTAS 7 HC2, HT3	COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS 6 HC2, HT2	EMPRENDEDORES 8 HC3, HT2
ENTORNO GLOBAL DE LOS NEGOCIOS 6 HC2, HT2	PROCESO ADMINISTRATIVO 6 HC2, HT2	MERCADOTECNIA 8 HC4	MERCADOTECNIA DE BIENES Y SERVICIOS 6 HC2, HT2	MERCADOTECNIA ESTRATEGICA 7 HC2, HT3	MERCADOTECNIA DE PRODUCTOS Y MARCAS 8 HC3, HPC2	DIRECCION DE MERCADOTECNIA 6 HC2, HT2	PROYECTO DE VINCULACION 2
MATEMATICAS 6 HC2, HT2	PROBABILIDAD Y ESTADISTICA 6 HC2, HC2	ESTADISTICA APLICADA 7 HC3, HL1	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION 6 HC2, HT2	INVESTIGACION DE MERCADOS 8 HC3, HPC2	ANALISIS DE MERCADO 7 HC3, HT1	MERCADOTECNIA INDUSTRIAL 6 HC2, HT2	OPTATIVA 6 VR
COMUNICACION ORAL Y ESCRITA 4 HC1, HT2	LOGICA PARA LA TOMA DE DECISIONES 5 HC1, HC3	MATEMATICAS FINANCIERAS 6 HC2, HT2	HABILIDADES GERENCIALES 6 HC2, HT2	RELACIONES PUBLICAS (ORGANIZACION DE EVENTOS) 6 HC2, HT2	FINANZAS APLICADAS A ALA MERCADOTECNIA 6 HC2, HT2	MERCADOTECNIA INTERNACIONAL 6 HC2, HT2	OPTATIVA 6 VR
CONTABILIDAD 7 HC2, HT3	CONTABILIDAD APLICADA 7 HC2, HT3	ENTORNO SOCIOECONOMICO DE MEXICO 6 HC3	METODOS CUANTITATIVOS T.D 6 HC2, HL2	PRESUPUESTOS Y COSTOS 6 HC2, HT2	OPTATIVA 6 VR	OPTATIVA 6 VR	OPTATIVA 6 VR
TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION 5 HC1, HT3	SISTEMAS DE LA INFORMACION 6 HC2, HT2	DERECHO CORPORATIVO 6 HC3	DISEÑO GRAFICO 6 HC2, HL2	PUBLICIDAD 7 HC3, HPC1	OPTATIVA 6 VR	OPTATIVA 6 VR	OPTATIVA 6 VR
RESPONSABILIDAD SOCIAL 5 HC2, HT1	DERECHO 6 HC3	OPTATIVA 6 VR	OPTATIVA 6 VR	OPTATIVA 6 VR		PRACTICAS PROFESIONALES 10	

CRÉDITOS POR HORAS		LOS ALUMNOS QUE CURSAN LA LIC. EN MERCADOTECNIA DEBERÁN REALIZAR:		CRÉDITOS REQUERIDOS POR PLAN DE ESTUDIOS	
1 HC = 2 CRÉDITOS		SERVICIO SOCIAL 1RA. ETAPA	300 HRS.	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	266
1 HL = 1 CRÉDITO		PRACTICAS PROFESIONALES	384 HRS.	CRÉDITOS OPTATIVOS	68
1 HT = 1 CRÉDITO		SERVICIO SOCIAL 2DA. ETAPA	480 HRS.	TOTAL	334
1 HP = 1 CRÉDITO					

CLAVES DE AREA POR HORAS	
MERCADOTECNIA	
INVESTIGACION DE MERCADOS	
ADMINISTRACION Y HUMANIDADES	
FINANZAS	
OPTATIVA	
UNIDAD DE APRENDIZAJE INTEGRADORA	

PROYECTOS DE VINCULACION	2 CREDITOS
PRACTICAS PROFESIONALES	10 CREDITOS