

Licenciatura en Mercadotecnia

Plan 2022-2

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 estudiante que desee ingresar al programa educativo Licenciatura en Mercadotecnia, deberá poseer las siguientes características:

Conocimientos básicos en las áreas de:

- Económico
- Administrativas
- Matemáticas
- Ciencias Sociales

Habilidades:

- Comunicación oral y escrita
- Manejo de equipo de cómputo
- Resolución de problemas prácticos
- Análisis crítico
- Búsqueda de información
- Aprendizaje autodirigido
- Trabajo en equipos multidisciplinarios

Actitudes:

- Emprendedor
- Liderazgo
- Innovador
- Creativo
- Espíritu de superación
- Versátil
- Adaptable

Valores:

- Honestidad
- Disciplina
- Integridad
- Respeto
- Prudencia
- Tolerancia
- Responsabilidad social
- Empatía
- Excelencia

Perfil de egreso:

El egresado del programa educativo Licenciatura en Mercadotecnia, es capaz de detectar y analizar las necesidades y deseos de los consumidores ante los constantes cambios del entorno, desarrollando planes y estrategias de mercadotecnia, investigaciones de mercado, planes de comercialización, propuestas de negocios a través de la identificación de la situación actual, a fin de satisfacer las necesidades del consumidor, capacidad de generar herramientas de comunicación, para emitir mensajes que impacten en distintos mercados potenciales, 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 Licenciado en Mercadotecnia será competente para:

- Diseñar y gestionar planes estratégicos de mercadotecnia basados en el análisis del entorno para sustentar la propuesta de valor, con asertividad, versatilidad y profesionalismo
- Diseñar e implementar estudios de mercados que coadyuven a las organizaciones para la toma de decisiones y a la creación de nuevas unidades de negocio, mediante la aplicación de herramientas metodológicas, con responsabilidad social, pensamiento crítico y actitud emprendedora
- Gestionar y evaluar estrategias de comercialización y comunicación, utilizando TI (Tecnologías de la Información) actuales y emergentes, para asegurar la competitividad de las organizaciones, con creatividad, innovación, respeto y apego a la normatividad vigente

Campo profesional:

Los egresados del programa educativo Licenciatura en Gestión Turística pueden desempeñarse en diferentes sectores:

Público:

- Instituciones educativas
- Instituciones gubernamentales: área de comunicación, mercadotecnia, investigación y desarrollo de productos o publicidad
- Centros de investigación

Privado:

- Corporativos: área de comunicación, mercadotecnia, investigación y desarrollo de productos o publicidad
- Agencias de mercadotecnia
- Agencias de publicidad
- Agencias de investigación de mercados

Profesionista independiente:

- Consultoría en temas de mercadotecnia estratégica, publicidad, e investigación de mercados

- Creación de empresas propias
- Agencias de mercadotecnia
- Agencias de publicidad
- Asesor de imagen

Unidades de aprendizaje por etapa de formación:

Clave	Asignaturas obligatorias	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
Etapa Básica								
38970	Inglés I	02	--	02	--	02	06	
38971	Desarrollo de Habilidades Socioemocionales	03	--	01	--	03	05	
38972	Habilidades de Redacción y Comunicación	01	--	03	--	01	05	
38973	Herramientas Digitales	01	--	04	--	01	06	
38974	Introducción a la Administración	02	--	02	--	02	06	
38975	Fundamentos de Economía	02	--	02	--	02	06	
38976	Matemáticas	02	--	02	--	02	06	
38977	Inglés II	02	--	02	--	02	06	38970
38981	Estadística	01	--	03	--	01	05	
38979	Introducción a la Mercadotecnia	02	--	02	--	02	06	
38980	Fundamentos del Turismo en los Negocios	02	--	02	--	02	06	
38978	Introducción a la Contabilidad	02	--	03	--	02	07	
38982	Introducción a la Inteligencia de Negocios	02	--	02	--	02	06	
38983	Ética, Derechos Humanos y Responsabilidad Social	01	--	03	--	01	05	
38984	Fundamentos de Metodología de la Investigación	02	--	02	--	02	06	
40361	Estadística Aplicada a la Mercadotecnia	02	--	02	--	02	06	
40363	Análisis del Consumidor	02	--	02	--	02	06	
40364	Pensamiento Estratégico Administrativo	02	--	02	--	02	06	
40365	Products	02	--	02	--	02	06	
40281	Diseño Gráfico	01	--	03	--	01	05	
	Optativa	--	--	--	--	--	Vr	
Etapa Disciplinaria								
Clave	Asignaturas obligatorias	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
40366	Técnicas Cuantitativas de Investigación de Mercados	02	--	03	--	02	07	
40367	Técnicas Cualitativas de Investigación de Mercados	02	--	03	--	02	07	
40368	Marketing Diagnostic Models	02	--	02	--	02	06	
40369	Análisis de Precios	02	--	02	--	02	06	
40370	Normatividad Aplicada a la Mercadotecnia	02	--	01	--	02	05	
40371	Planeación Estratégica de Ventas	02	--	02	--	02	06	
40372	Investigación de Mercados	02	--	04	--	02	08	
40373	Presupuestos para la Mercadotecnia	01	01	02	--	01	05	
40374	Mercadotecnia de Servicios	02	--	02	--	02	06	
40375	Corporate Marketing Strategies	02	--	02	--	02	06	

40376	Publicidad	02	01	01	--	02	06	
40377	Promoción de Ventas	02	--	02	--	02	06	
40378	Desarrollo de Nuevos Productos y Servicios	02	--	03	--	02	07	
40379	Finanzas Aplicadas a la Mercadotecnia	01	02	01	--	01	05	
40380	International Marketing	02	--	02	--	02	06	
40381	Digital Marketing	02	--	03	--	02	07	
40382	Comercialización y Logística	02	--	02	--	02	06	
	Optativa	--	--	--	--	--	Vr	
	Optativa	-	-	-	-	-	Vr	
	Optativa	-	-	-	-	-	Vr	
	Optativa	-	-	-	-	-	Vr	
Clave								
Asignaturas obligatorias		HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
Etapa Terminal								
39013	Desarrollo de Emprendedores	01	--	04	--	01	06	
40383	Ethics in Marketing	02	--	02	--	02	06	
40384	Publicidad Digital	01	--	03	--	01	05	
40385	Comunicación Integral de Mercadotecnia	02	--	03	--	02	07	
40386	Internal Marketing Audit	01	--	03	--	01	05	
40387	External Marketing Audit	01	--	03	--	01	05	
39017	Prácticas Profesionales	--	--	--	10	--	10	
	Optativa	-	-	-	-	-	Vr	
	Optativa	-	-	-	-	-	Vr	
	Optativa	-	-	-	-	-	Vr	
	Optativa	-	-	-	-	-	Vr	
	Optativa	-	-	-	-	-	Vr	
	Optativa	-	-	-	-	-	Vr	
	Optativa	-	-	-	-	-	Vr	
Clave								
Asignaturas optativas		HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
Etapa Básica								
40388	Análisis de la Competencia	02	--	02	--	02	06	
40314	Integración y Desarrollo del Talento Humano	02	--	02	--	02	06	
39020	Técnicas de Negociación	02	--	02	--	02	06	
40389	Content Marketing	01	--	03	--	01	05	
Clave								
Asignaturas optativas		HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
Etapa Disciplinaria								
40285	Relaciones Públicas	02	--	01	01	02	06	
40390	Strategic Implementation of CRM	02	--	02	--	02	06	
40391	Experiential Marketing	01	--	03	--	01	05	
40392	Auditoría de Medios	02	--	02	--	02	06	
40393	Strategic Brand Management	01	--	03	--	01	05	
40394	Identidad Corporativa	01	--	03	--	01	05	
40395	Taller de Fotografía Comercial	01	--	03	--	01	05	

Clave	Asignaturas optativas	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
Etapa Terminal								
40396	Taller de Administración de Proyectos	01	--	03	--	01	05	
40397	Análisis de las Tendencias en Mercadotecnia	02	--	02	--	02	06	
40398	Mercadotecnia Industrial	02	--	02	--	02	06	
40399	Innovación Estratégica en Mercadotecnia	02	--	02	--	02	06	
40291	Personal Branding	02	--	03	--	02	07	
40400	Community Management	01	--	03	--	01	05	
40401	Social Listening	01	--	03	--	01	05	
40289	Health Tourism Marketing	02	--	01	--	02	06	
40402	Merchandising	02	--	02	--	02	06	
40403	Ecuaciones Estructurales	01	02	01	--	01	05	

ETAPA BÁSICA

Tronco Común

Inglés I				
HC	HL	HT	HPC	CR
01	--	03	--	05

Inglés II				
HC	HL	HT	HPC	CR
01	--	03	--	05

Desarrollo de Habilidades Socioemocionales				
HC	HL	HT	HPC	CR
01	--	03	--	05

Estadística				
HC	HL	HT	HPC	CR
01	--	03	--	05

Habilidades de Redacción y Comunicación				
HC	HL	HT	HPC	CR
01	--	03	--	05

Introducción a la Mercadotecnia				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Herramientas Digitales				
HC	HL	HT	HPC	CR
01	--	04	--	06

Fundamentos del Turismo en los Negocios				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Introducción a la Administración				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Introducción a la Contabilidad				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	03	--	07

Fundamentos de Economía				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Introducción a la Inteligencia de Negocios				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Matemáticas				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Ética, Derechos Humanos y Responsabilidad Social				
HC	HL	HT	HPC	CR
01	--	03	--	05

Fundamentos de Metodología de Investigación				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Estadística Aplicada a la Mercadotecnia				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Análisis del Consumidor				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Pensamiento Estratégico Administrativo				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Products				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Diseño Gráfico				
HC	HL	HT	HPC	CR
01	--	03	--	05

Optativa				
HC	HL	HT	HPC	CR
--	--	--	--	Vr

Técnicas Cuantitativas de Investigación de Mercados				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	03	--	07

Técnicas Cualitativas de Investigación de Mercados				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	03	--	07

Marketing Diagnostic Models				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Análisis de Precios				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Normatividad Aplicada a la Mercadotecnia				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	01	--	05

Planeación Estratégica de Ventas				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	--	03	07

Optativa				
HC	HL	HT	HPC	CR
--	--	--	--	Vr

ETAPA DISCIPLINARIA

Investigación de Mercados				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	04	--	08

Presupuestos para la Mercadotecnia				
HC	HL	HT	HPC	CR
01	01	02	--	05

Mercadotecnia de Servicios				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Corporate Marketing Strategies				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Publicidad				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	01	01	--	06

Promoción de Ventas				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	056

Optativa				
HC	HL	HT	HPC	CR
--	--	--	--	Vr

Desarrollo de Nuevos Productos y Servicios				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	03	--	07

Finanzas Aplicadas a la Mercadotecnia				
HC	HL	HT	HPC	CR
01	02	01	--	05

International Marketing				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Digital Marketing				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	03	--	07

Comercialización y Logística				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Optativa				
HC	HL	HT	HPC	CR
--	--	--	--	Vr

Optativa				
HC	HL	HT	HPC	CR
--	--	--	--	Vr

ETAPA TERMINAL

Desarrollo de Emprendedores				
HC	HL	HT	HPC	CR
01	--	04	--	06

Ethics in Marketing				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	02	--	06

Publicidad Digital				
HC	HL	HT	HPC	CR
01	--	03	--	05

Comunicación Integral de Mercadotecnia				
HC	HL	HT	HPC	CR
02	--	03	--	07

Optativa				
HC	HL	HT	HPC	CR
--	--	--	--	Vr

Optativa				
HC	HL	HT	HPC	CR
--	--	--	--	Vr

Optativa				
HC	HL	HT	HPC	CR
--	--	--	--	Vr

Internal Marketing Audit				
HC	HL	HT	HPC	CR
01	--	03	--	05

External Marketing Audit				
HC	HL	HT	HPC	CR
01	--	03	--	05

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

ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

— Seriación obligatoria

Unidad de Aprendizaje Integradora

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

Prácticas Profesionales 10 CR

Proyecto de Vinculación con Valor en Créditos 02 CR

Fecha de elaboración: 09 de marzo de 2022