

## Licenciatura en Mercadotecnia y Publicidad

RVOE SEP-SES /21/114/01/035/2009

### Objetivo General del Plan de Estudios

Formar profesionales en mercadotecnia y publicidad con las habilidades para administrar, planear, promocionar y controlar proyectos comerciales de bienes y servicios que impacten en el consumidor a través de estrategias, técnicas y tecnologías innovadoras que contribuyan a la satisfacción de necesidades sociales y al logro de objetivos empresariales.

### Perfil de Ingreso

El aspirante a ingresar a cualquiera de las diversas opciones de Licenciatura en IEU Online, deberá tener estudios de bachillerato, preparatoria o equivalentes y poseer el certificado que lo acredite. Además deberá contar con las siguientes características:

Poseer pensamiento analítico y capacidad de síntesis, lo cual se expresará en un sentido de orden y perseverancia en el trabajo. Es deseable que posea capacidad de retención. Asimismo, debe ser emprendedor, con iniciativa y propuestas de solución a los problemas que se le presenten. Debe ser hábil en la comprensión y expresión verbal, así como en el empleo del pensamiento lógico.

### Perfil del Egresado

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia y Publicidad del Instituto de Estudios Universitarios A.C., al concluir su plan de estudios logrará La instrumentación y dirección de campañas publicitarias con el uso de la tecnología de vanguardia y el planteamiento de estrategias innovadoras que logren un alto impacto social, conocerá el sustento teórico de la economía, que permite comprender y analizar críticamente los problemas micro y macroeconómicos del país, Dirigirá el desarrollo de planes mercadológicos, de su difusión publicitaria y promocional en coordinación con recursos humanos y financieros de la empresa.

## Licenciatura en Mercadotecnia y Publicidad

RVOE SEP-SES /21/114/01/035/2009

LISTA DE ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	CRÉDITOS
<b>1º CUATRIMESTRE</b>			
NOCIONES DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y LMS	LM101		8
LECTURA Y REDACCIÓN	LM102		8
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	LM103		8
ÉTICA Y PRÁCTICA PROFESIONAL	LM104		7
<b>SUMA PARCIAL</b>			<b>31</b>
<b>2º CUATRIMESTRE</b>			
FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA	LM205		7
TEMAS ELEMENTALES DE ADMINISTRACION	LM206		8
MATEMATICAS FINANCIERAS	LM207		8
INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD	LM208		8
<b>SUMA PARCIAL</b>			<b>31</b>
<b>3º CUATRIMESTRE</b>			
INVESTIGACION DE MERCADOS I	LM309		8
MEDIOS PUBLICITARIOS I	LM310		8
CORRECCION DE ESTILO	LM311		8
SOFTWARE DE DISEÑO DIGITAL	LM312		8
<b>SUMA PARCIAL</b>			<b>32</b>
<b>4º CUATRIMESTRE</b>			
INVESTIGACION DE MERCADOS II	LM413	LM309	8
MEDIOS PUBLICITARIOS II	LM414	LM310	8
CONTABILIDAD GENERAL	LM415		8
CREATIVIDAD PUBLICITARIA	LM416		7
<b>SUMA PARCIAL</b>			<b>31</b>
<b>5º CUATRIMESTRE</b>			
CONTABILIDAD FINANCIERA	LM517		7
MODELOS Y TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN	LM518		8
PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA	LM519		8
SOFTWARE DE DISEÑO DE PROYECTOS DIGITALES	LM520		8
<b>SUMA PARCIAL</b>			<b>31</b>
<b>6º CUATRIMESTRE</b>			
PSICOLOGIA DEL CONSUMIDOR	LM621		7
ENTORNO SOCIAL CONTEMPORANEO	LM622		7
PRESUPUESTOS	LM623		8
DESARROLLOS DE PROYECTOS ELECTRÓNICOS	LM624		8
<b>SUMA PARCIAL</b>			<b>30</b>

**7º CUATRIMESTRE**

DESARROLLO DE MARCA	LM725		8
ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA	LM726		8
LEGISLACIÓN Y CONTRATOS PUBLICITARIOS	LM727		8
COMUNICACIÓN MULTIMEDIA	LM728		8
<b>SUMA PARCIAL</b>			<b>32</b>

**8º CUATRIMESTRE**

DESARROLLO DE PRODUCTOS	LM829		8
PUBLICIDAD SOCIAL	LM830		8
FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	LM831		8
PROCESOS DE CALIDAD	LM832		8
<b>SUMA PARCIAL</b>			<b>32</b>

**9º CUATRIMESTRE**

MERCADOTECNIA DE SERVICIOS	LM934		8
MERCADOTECNIA SOCIAL	LM935		8
SEMINARIO DE APOYO A LA TITULACIÓN I	LM936		8
PUBLICIDAD GLOBAL	LM937		7
<b>SUMA PARCIAL</b>			<b>31</b>

**10º CUATRIMESTRE**

MERCADOTECNIA INTERNACIONAL	LM1039		8
SEMINARIO DE APOYO A LA TITULACIÓN II	LM1040	LM936	8
ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS	LM1041		8
ADMINISTRACION DE AGENCIAS PUBLICITARIAS	LM1042		8
<b>SUMA PARCIAL</b>			<b>32</b>