

MERCADO TECNÍA



Universidad
La Salle[®]
Morelia





¡HOLA!

**El mundo necesita estrategias que piensen diferente.
¡Sé uno de ellos!**

RECIBE UNA CORDIAL BIENVENIDA

Con la firme esperanza de que tu experiencia universitaria sea plena y exitosa, te damos la más cálida bienvenida. Queremos que seas protagonista del cambio positivo que nuestra sociedad y el mundo necesitan hoy más que nunca.

Sabemos que tu camino estará lleno de retos y metas por alcanzar, pero también de oportunidades que te inspirarán a crecer. Con valor y determinación, podrás enfrentar cualquier desafío, guiado siempre por los ideales de fe, fraternidad y servicio que compartimos.

En este recorrido no estarás solo. Estamos aquí para apoyarte, motivarte y acompañarte en cada paso de tu proyecto educativo. La Salle Morelia, será tu espacio seguro en donde conocerás tu mejor versión.

“Lo que está unido permanece”

D. D. P. Víctor Manuel López Rodríguez
RECTOR

CAMPO DE TRABAJO

Puedes ejercer tu función en todo tipo de empresas en el Área Comercial, como: Compañías Distribuidoras, Empresas de Exportaciones e Importaciones, Agencias de Publicidad, Compañías de estudios de mercado, Servicios comerciales de empresas Industriales, Despachos o Agencias de consultorías, en sectores como el turismo, negocios internacionales o culturales, Empresas comerciales de mayoreo y menudeo, Empresas de servicios. Además, puedes trabajar de manera independiente, como asesor de empresas que soliciten sus servicios.

PERFIL DE EGRESO

- ✓ Desarrollar y aplicar estrategias con base en los principios, los métodos y las técnicas de mercadotecnia, así como en el diseño la implementación y la evaluación de las acciones orientadas al logro de los objetivos de las organizaciones y a la satisfacción de las necesidades del mercado meta.
- ✓ Diseñar, dirigir y evaluar estrategias de comunicación integral de mercadotecnia con sentido ético, responsabilidad social y respeto por el medioambiente y en la consideración de la dinámica de los ambientes globales.
- ✓ Desempeñarse como negociadores eficientes en proyectos de mercadotecnia, a partir de la detección de áreas de oportunidad y el diseño de estrategias pertinentes, viables y creativas.
- ✓ Colaborar de manera creativa, innovadora y proactiva, con grupos multidisciplinarios, en el diseño y desarrollo de productos o servicios de calidad, acordes a las expectativas del consumidor y a los criterios de la mercadotecnia social y ecológica.

Plan de Estudios

1°

1° SEMESTRE

- Contabilidad Financiera
- Campo Profesional de los Negocios
- Administración y Responsabilidad Social
- Conformación Legal de los Negocios
- Soluciones Matemáticas para los Negocios
- Herramientas Tecnológicas para los Negocios
- Procesos y Expresión del Pensamiento

2° SEMESTRE

- Sistemas Contables para la Toma de Decisiones
- Negocios Globales y Mercadotecnia
- Microeconomía
- Instrumentación Estadística para los Negocios
- Taller de Investigación
- Aplicación de las Tecnologías para los Negocios
- Creatividad y Comunicación

2°

3° SEMESTRE

- Dimensiones y Alcances de la Mercadotecnia
- Comunicación Integral de la Mercadotecnia
- Macroeconomía
- Matemáticas Financieras
- Instrumentación Estadística Avanzada
- Lengua Extranjera I
- La Persona y su Interacción con los Otros

4° SEMESTRE

- Mercadotecnia de Negocios
- Canales de Distribución y Entrega de Valor
- Gestión de Información de Mercados
- Taller de Diseño
- Costos y Presupuestos
- Lengua Extranjera II
- Diálogo Intercultural

4°

5° SEMESTRE

- Desarrollo del Plan Comercial
- Mercadotecnia Internacional y Multicultural
- Taller de Investigación Cuantitativa de Mercados
- Mercadotecnia Social y de Servicios
- Taller de Comunicación y Medios
- Estrategias de Precio
- Taller de Negociación
- Fe y Desarrollo Espiritual

6° SEMESTRE

- Taller de Investigación Cualitativa de Mercados
- Gestión de Marca
- Mercadotecnia Digital
- Diagnóstico Estratégico del Mercado
- Plan de Negocios
- Emprendimiento y Sustentabilidad
- Obligatoria Electiva 1

5°

7° SEMESTRE

- Análisis del Comportamiento del Consumidor
- Taller de Diseño Mercadológico de nuevos Productos
- Comercio y Negocios Electrónicos
- Asignatura 1 de Preespecialización
- Asignatura 2 de Preespecialización
- Taller de Empleo, Autoempleo y Actividad Empresarial
- Valores y Ética Profesional

8° SEMESTRE

- Actividad Curricular Complementaria
- Dirección Corporativa de Mercadotecnia
- Taller integrador de Mercadotecnia Estratégica
- Asignatura 3 de Preespecialización
- Asignatura 4 de Preespecialización
- Taller de Proyecto Profesional Ocupacional
- Obligatoria Electiva 2

Escuela de Negocios

Tel. 443 321 21 01 - 443 321 21 03

Ext. 1138, 1139, 1109 y 1141

D.D.P. Víctor Manuel López Rodríguez

RECTOR

D.D.H. Celiamaría Figueroa de Regil

DIRECTORA ACADÉMICA

L.A.E.T. Jorge Alberto Ramírez Cervantes

DIRECTOR DE FORMACIÓN, BIENESTAR Y EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

D.A. Angélica María Martínez Reyes

DIRECTORA DE PLANEACIÓN, EVALUACIÓN Y GESTIÓN ESCOLAR

L.S.C.A. Ricardo Juárez Acosta

DIRECTOR DE LA ESCUELA DE NEGOCIOS

Plan de estudios 2017

R.V.O.E. Acuerdo No. 982206 de fecha 25 de septiembre de 1998

Otorgado por la DGAIR - SEP



Av. Universidad No. 500
Tarímbaro, Michoacán. C.P. 58880



CLICK

