

# Plan de Estudios

## Primer Cuatrimestre

Fundamentos de la Mercadotecnia  
Metodología de la Investigación  
Contabilidad I  
Fundamentos de Administración  
Microeconomía

## Cuarto Cuatrimestre

Mercados Meta  
Investigación de Mercados II  
Publicidad  
Administración de la Comunicación  
Estadística para Negocios

## Séptimo Cuatrimestre

Desarrollo y Lanzamiento de  
Productos  
Negocios de Patrocinios  
Pronóstico de Ventas  
Administración de la Mercadotecnia  
Taller de Habilidades Directivas

## Décimo Cuatrimestre

Mercadotecnia Internacional  
Seminario de Titulación II  
Análisis Multivariados  
Inglés de Negocios II  
Taller de Estructuras de Ventas

## Segundo Cuatrimestre

Planeación de la Mercadotecnia  
Administración de Ventas  
Contabilidad II  
Fundamentos de Matemáticas  
Macroeconomía

## Quinto Cuatrimestre

Mercadotecnia de Productos  
Psicología Aplicada a la Mercadotecnia  
Promoción  
Canales de Distribución  
Comercio Electrónico

## Octavo Cuatrimestre

Mercadotecnia de Servicios  
Estrategias de Distribución  
Multimedios Aplicados a la Mercadotecnia  
Análisis de Decisiones  
Programa Emprendedor

## Tercer Cuatrimestre

Oportunidades de Mercado  
Investigación de Mercados I  
Análisis Financiero  
Estadística  
Análisis de la Economía Mexicana

## Sexto Cuatrimestre

Estrategias de Mercadotecnia  
Comportamiento del Consumidor  
Relaciones Públicas  
Estrategias de Precios  
Informática Aplicada

## Noveno Cuatrimestre

Mercadotecnia Agropecuaria  
Seminario de Titulación I  
Presupuestos  
Marco Jurídico de las Relaciones  
Comerciales  
Inglés de Negocios I

*Mercadotecnia  
Empresarial*