

# MALLAS LICENCIATURAS

## LIC. EN ADMINISTRACION Y MERCADOTECNIA

### OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

El aspirante de la Licenciatura en Administración y Mercadotecnia será capaz de generar estrategias para lograr establecer mecanismos en la promoción, administración y gestión de sistemas administrativos y mercadológicos, que le permitan administrar cualquier empresa y crear sistemas dirigidos a las organizaciones y al consumidor por medio de la investigación y aplicación de procesos, en busca del bienestar de las organizaciones y la comercialización de productos y servicios, analizando canales de distribución, herramientas de promoción y venta, siendo capaz de desarrollar campañas de imagen corporativa por medio de estrategias y resolución de conflictos.

### PERFIL DE INGRESO

Bachillerato o preparatoria, preferentemente con capacidad de liderazgo, innovadores, creativos, capaces de tomar decisiones asertivas con la habilidades verbales con deseo de mejora en el entorno económico con un sistema de valores de acuerdo a los nuevos requerimientos globales, con habilidades básicas relacionadas las Tecnologías de la información y la comunicación, (TIC'S).

### PERFIL DE EGRESO

El egresado de la Licenciatura en Administración y Mercadotecnia al concluir tendrá las siguientes actitudes y aptitudes siendo capaz:

- Consolidar habilidades como consultor y directivo.
- Diseñar y evaluar las funciones de planeamiento, conducción y coordinación en todo tipo de organizaciones, privadas y públicas.
- Promover y evaluar el impacto social y ambiental de las decisiones administrativas de las empresas e informar a sus directivos sobre las medidas posibles para preservar la calidad de vida y el medio ambiente.
- Diseñar y asesorar en materia de estructuras, sistemas y procesos administrativos y mercadológicos.
- Diseñar y conducir procesos de logística, producción, y comercialización de bienes aplicación y servicios.

- Diseñar proyectos, programas y planes de negocios.
- Diseñar proyectos, programas y planes mercadológicos
- Evaluar la calidad de vida en organizaciones y la ética de las decisiones administrativas.
- Promover productos y servicios en las Organizaciones tanto privadas como Públicas.
- Desarrollar e Intervenir en equipo con enfoque interdisciplinario en proyectos que requieran la integración profesional de la administración con otras áreas del conocimiento.
- Intervenir en proyectos de investigación relacionados a la Administración y la Mercadotecnia.
- Ser un agente de perfeccionamiento de la profesión.

## **CAMPO DE ACCIÓN**

El egresado de esta Licenciatura en Administración y Mercadotecnia, podrá laborar como:

- Administrador de Organizaciones Públicas y Privadas
- Gerente o Subgerente del Departamento de Mercadotecnia y Promoción.
- Director Corporativo.
- Gestor de Negocios Nacional.
- Ejercicio libre de su profesión como asesor y consultor en áreas de mercadotecnia, capacitación y desarrollo Empresarial y de Mercado.
- Negociador comercial en transacciones nacionales e internacionales.
- Diseñar estrategias Administrativas y Mercadológicas.
- Diseñar y evaluar las funciones de planeamiento, conducción y coordinación en todo tipo de organizaciones.
- Investigador en la evaluación de los impactos social y ambiental de las decisiones administrativas.
- Evaluador proyectos de inversión y estudios de factibilidad económica y tantas otras que resulta necesario cubrir dentro de la profesión.
- Desarrollar e implementar planes Administrativos y de Mercadotecnia.
- Diseño e implementación de sistemas de información e investigaciones Administrativa y de mercados.
- Planeación y control de las estrategias para fijación de precios.
- Planeación y Desarrollo de Campañas Publicitarias.
- Elaborar Planes Estratégicos de Mercado.
- Desarrollar estrategias para la solución de conflictos organizaciones
- Como consultor organizacional

## LISTA DE ASIGANTURAS

CICLO	ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		TOTAL	CREDITOS	INST.
				C/D	INDEP.			
PRIMER CUATRIMESTRE	Administración I	LAM-01		0	144	144	9	O
	Contabilidad I	LAM-02		0	144	144	9	O
	Mercadotecnia I	LAM-03		0	144	144	9	O
	Metodología de la Investigación	LAM-04		0	144	144	9	O
				<b>0</b>	<b>576</b>	<b>576</b>	<b>36</b>	

CICLO	ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		TOTAL	CREDITOS	INST.
				C/D	INDEP.			
SEGUNDO CUATRIMESTRE	Administración II	LAM-05	LAM-01	0	144	144	9	O
	Contabilidad II	LAM-06	LAM-02	0	144	144	9	O
	Mercadotecnia II	LAM-07	LAM-03	0	144	144	9	O
	Matemáticas	LAM-08		0	144	144	9	O
				<b>0</b>	<b>576</b>	<b>576</b>	<b>36</b>	

CICLO	ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		TOTAL	CREDITOS	INST.
				C/D	INDEP.			
TERCER CUATRIMESTRE	Comportamiento del Consumidor	LAM-09		0	96	96	6	O
	Derecho General	LAM-10		0	144	144	9	O
	Psicología Aplicada a la Empresa	LAM-11		0	144	144	9	O
	Economía	LAM-12	LAM-08	0	144	144	9	O
				<b>0</b>	<b>528</b>	<b>528</b>	<b>33</b>	

CICLO	ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		TOTAL	CREDITOS	INST.
				C/D	INDEP.			
CUARTO CUATRIMESTRE	Estadística	LAM-13	LAM-12	0	144	144	9	O
	Derecho Mercantil	LAM-14	LAM-10	0	144	144	9	O
	Toma de Decisiones	LAM-15		0	96	96	6	O
	Gestión de Negocios	LAM-16		0	96	96	6	O
				<b>0</b>	<b>480</b>	<b>480</b>	<b>30</b>	

CICLO	ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		TOTAL	CREDITOS	INST.
				C/D	INDEP.			
QUINTO CUATRIMESTRE	Microeconomía	LAM-17	LAM-13	0	144	144	9	O
	Derecho Empresarial	LAM-18	LAM-14	0	144	144	9	O
	Gestión Administrativa de Asociaciones Religiosas	LAM-19		0	144	144	9	O
	Sustentabilidad Empresarial	LAM-20		0	96	96	6	O
				<b>0</b>	<b>528</b>	<b>528</b>	<b>33</b>	

CICLO	ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		TOTAL	CREDITOS	INST.
				C/D	INDEP.			
SEXTO CUATRIMESTRE	Macroeconomía	LAM-21	LAM-17	0	144	144	9	O
	Función Empresarial	LAM-22		0	96	96	6	O
	Investigación de Mercado	LAM-23		0	144	144	9	O
	Principios Filosóficos Cristianos en la Administración	LAM-24		0	96	96	6	O
				<b>0</b>	<b>480</b>	<b>480</b>	<b>30</b>	

CICLO	ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		TOTAL	CREDITOS	INST.
				C/D	INDEP.			
SEPTIMO CUATRIMESTRE	Principios de Finanzas	LAM-25		0	144	144	9	O
	Administración de Recursos Humanos	LAM-26		0	144	144	9	O
	Comercio Exterior	LAM-27		0	144	144	9	O
	Administración Pública	LAM-28		0	96	96	6	O
				<b>0</b>	<b>528</b>	<b>528</b>	<b>33</b>	

CICLO	ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		TOTAL	CREDITOS	INST.
				C/D	INDEP.			
OCTAVO CUATRIMESTRE	Tendencias Modernas de Mercadotecnia	LAM-29		0	144	144	9	O
	Comercio Electrónico	LAM-30	LAM-27	0	144	144	9	O
	Desarrollo de Producto	LAM-31		0	96	96	6	O
	Publicidad I	LAM-32		0	144	144	9	O
				<b>0</b>	<b>528</b>	<b>528</b>	<b>33</b>	

CICLO	ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		TOTAL	CREDITOS	INST.
				C/D	INDEP.			
NOVENO CUATRIMESTRE	Estrategias de Mercadeo	LAM-33	LAM-29	0	144	144	9	O
	Desarrollo Organizacional	LAM-34		0	144	144	9	O
	Relaciones Públicas	LAM-35		0	96	96	6	O
	Publicidad II	LAM-36	LAM-32	0	144	144	9	O
				<b>0</b>	<b>528</b>	<b>528</b>	<b>33</b>	

CICLO	ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		TOTAL	CREDITOS	INST.
				C/D	INDEP.			
DECIMO CUATRIMESTRE	Ética Profesional	LAM-37		0	96	96	6	O
	Desarrollo Gerencial	LAM-38	LAM-34	0	96	96	6	O
	Diseño e Investigación Mercadológica	LAM-39	LAM-33	0	144	144	9	O
	Gestión de Proyectos Organizacionales	LAM-40		0	144	144	9	O
				<b>0</b>	<b>480</b>	<b>480</b>	<b>30</b>	