



PERFIL DE EGRESO

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia y Diseño Publicitario al término de sus estudios será una persona íntegra que servirá como estrategia en diversas actividades que promulguen la oferta de valor de bienes entre usuarios, empresas, organizaciones y marcas, que quiera expresar a un segmento de mercado, aplicando de manera ética y responsable el conocimiento y la técnica adecuados en diferentes ámbitos profesionales, y diseñar estrategias de mercadotecnia y de diseño publicitario innovadoras para solucionar problemas en las empresas u organizaciones mediante la oferta de productos, siendo líder en dirección de mercadotecnia y el diseño publicitario, en ámbitos locales, nacionales e internacionales.

Conocimientos

- Emplear la creatividad e identifica sus habilidades para el análisis y la solución de problemas en distintos ámbitos de la mercadotecnia y el diseño publicitario.
- Usar la Tecnología de Información y Comunicación, y sus aplicaciones en el campo laboral.
- Analizar y comprende los procesos en las esferas de la mercadotecnia, para realizar planes de mercadotecnia en diferentes sectores y su evaluación objetiva.
- Aplicar estrategias de mercadotecnia para ofertar un valor a través de bienes a un segmento de mercado que sirva como puente entre empresas u organismos con sus públicos objetivos por medio del razonamiento lógico, analítico y creativo en el planteamiento de problemáticas y búsqueda de soluciones en la sociedad.
- Aplicar las áreas instrumentales y de especialización propias de la carrera en el entorno profesional, laboral, social y en los diferentes sectores de la producción.
- Utilizar la comunicación oral y escrita de forma asertiva en distintos contextos, mediante el uso de medios de información, códigos y herramientas tecnológicas.
- Investigar, analizar, sintetizar y organizar información para identificar problemáticas o necesidades del entorno y en los diversos ámbitos de producción económico como en el sector primario, secundario, terciario, cuaternario y quinario.
- Emplear un segundo para desarrollarse en contextos internacionales y tecnológicos.

Habilidades:

- Trabajar de forma individual y colaborativa, integrándose y adaptándose al entorno profesional y multidisciplinario.
- Desarrollar el liderazgo de forma activa por medio del manejo de equipos de trabajo promoviendo el alcance de los objetivos de proyecto de mercadotecnia.
- Promover el crecimiento exponencial optimizando la productividad en el entorno profesional.
- Desarrollar la interpretación, sistematización, integración, argumentación, y su aplicación en el ejercicio profesional en proyectos.

INVERSIÓN

Por seguridad, no aceptamos pagos en efectivo. Pregunta por nuestras formas de pago.

Inscripción: _____

Colegiatura: _____

Notas: _____



(222) 246 50 05
(222) 242 47 00



Lateral Sur de Vía Atlixcáyotl número 7007,
Junta Auxiliar de San Antonio Cacalotepec,
San Andrés Cholula, Puebla, C. P. 72830.



Interamericana A.C.

• creatividad • voluntad • liderazgo



Licenciatura en MERCADOTECNIA Y DISEÑO PUBLICITARIO

RVOE FEDERAL: 20230063
Modalidad: Mixta | Créditos: 374

www.lainter.edu.mx



Universidad_Interamericana



Universidad Interamericana Puebla



222 486 6043



PERFIL DE INGRESO

Los aspirantes para ingresar al programa de la Licenciatura en Mercadotecnia y Diseño Publicitario, deberán tener afinidad al área administrativa, las humanidades y los negocios, interesados en aprender y desarrollarse de forma profesional y responsable, interesados en las ciencias de la oferta de valor a través de bienes y el diseño publicitario, así mismo, interrelacionarse e interactuar en equipo de forma respetuosa, adaptable a los cambios, y con valores como la solidaridad, comprensión, tolerancia hacia la diversidad y respeto a la vida y a la dignidad humana.

Conocimientos:

- Utilizar conceptos y teorías básicas de la estructura gramatical del español.
- Desarrollar el pensamiento lógico-matemático para las ciencias administrativas.
- Conocer sobre los procesos de investigación.
- Dominar un segundo idioma a nivel básico.
- Desarrollar el análisis y síntesis para trabajar de forma individual y colaborativa.
- Manejar y utilizar los sistemas digitales, dispositivos móviles, la computadora y software básico.
- Desarrollar el aprendizaje autónomo y habilidades creativas.

Habilidades:

- Conocer y desarrollar, el aprendizaje del lenguaje gráfico y publicitario.
- Desarrollar la comunicación asertiva en entornos laborales, sociales y multiculturales.
- Contextualizar los procesos matemáticos y racionales.
- Analizar problemas y desarrollar posibles soluciones en entornos multiculturales.
- Adaptación al entorno interno y externo.

Aptitudes:

- Sentido de la responsabilidad promoviendo el respeto y la inclusión.
- Interrelacionarse con otras personas.
- Deberá ser abierto, comprensivo y tolerante hacia la diversidad y tener empatía con sus semejantes.
- Comprender su entorno, participando con conciencia cívica y ética.
- Sensible al arte y participa en apreciación e interpretación de expresiones y sus distintos géneros.



PLAN DE ESTUDIOS

(mapa curricular ideal)

1

PRIMER CUATRIMESTRE

- Desarrollo cognitivo y pensamiento crítico
- Tecnologías y medios digitales
- Razonamiento lógico-matemático
- Lengua extranjera I
- Fundamentos de administración
- Introducción a la mercadotecnia
- Contabilidad general

2

SEGUNDO CUATRIMESTRE

- Creatividad e innovación
- Fundamentos de publicidad
- Probabilidad y estadística
- Lengua extranjera II
- Estrategias de CRM y minería de datos
- Ciencias del comportamiento del consumidor
- Contabilidad de costos

3

TERCER CUATRIMESTRE

- Desarrollo humano e inteligencia emocional
- Mercadotecnia digital
- Investigación cuantitativa
- Lengua extranjera III
- Estrategia de fijación de precios y métricas
- Entorno legal de las empresas
- Innovación y estrategia de productos

4

CUARTO CUATRIMESTRE

- Metodología de la investigación
- Nutrición y ciencia de los alimentos
- Investigación cualitativa
- Lengua extranjera IV
- Administración del factor humano
- Mercadotecnia comercial y de servicios
- Mercadotecnia corporativa

5

QUINTO CUATRIMESTRE

- Liderazgo y habilidades profesionales
- Estrategia de sistemas y canales de distribución
- Neurociencias aplicadas
- Estrategias de promoción y ventas personales
- Estrategia en redes sociales y multiplataforma
- Mercadotecnia directa e interactiva
- Mercadotecnia social y política

6

SEXTO CUATRIMESTRE

- Sociedad actual, arte, cultura y visión a futuro
- Planeación estratégica empresarial
- Estrategia en punto de venta
- Comercialización y logística
- Estrategias de calidad
- Relaciones públicas y diseño de experiencias
- Mercadotecnia turística y deportiva

7

SÉPTIMO CUATRIMESTRE

- Emprendedores y negocios
- Comunicación integral de mercadotecnia
- Diseño publicitario
- Derecho de la propiedad intelectual
- Mercadotecnia industrial, internacional y multicultural

8

OCTAVO CUATRIMESTRE

- Proyecto interdisciplinario
- Planeación y dirección de mercadotecnia
- Diseño y gestión de marca
- Negocios electrónicos
- Estrategias de negociación

9

NOVENO CUATRIMESTRE

- Optativa I
- Optativa II
- Optativa III
- Optativa IV



DOCUMENTACIÓN

◆ Se requieren documentos en extracto original

- Acta de Nacimiento Electrónica
- CURP impresión de la página <https://www.gob.mx/curp/> (no requiere ampliación)
- Certificado completo de Bachillerato Original Legalizado y dos copias (No aplican certificados parciales de bachillerato)
- Identificación oficial una copia

