

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.

Será un estratega detectando áreas de oportunidades de negocios a través del desarrollo e innovación de nuevos productos, su promoción, la implementación de fijación de precios, y diseño de canales de distribución para llegar al segmento de mercado. Se desempeñará como creativo, planner o ejecutivo de cuenta en agencias de publicidad, mercadotecnia, departamentos de mercadotecnia o publicidad en empresas o gobierno, e investigación de mercados. Diseño de estrategias publicitarias aplicables en redes sociales, medios tradicionales y BTL. Gestión de ambientes de negocios virtuales y presenciales. Gerencia de marca o branding, mercadeo o medios digitales y de emprendimiento de tu agencia de marketing o publicidad. Desarrollando y posicionando empresas, marcas y productos.

Previene y soluciona problemas específicos de su ámbito profesional de manera autónoma y como líder o miembro de equipos de trabajo interdisciplinarios. Es una persona leal, honesta y discreta que muestra actitud de servicio y disposición por seguir aprendiendo, así como constancia para lidiar con las vicisitudes y exigencias de su profesión.

Conocimientos:

1. 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.
2. Usar la Tecnología de Información y Comunicación, y sus aplicaciones en el campo laboral.
3. Analizar y comprende los procesos en las esferas de la mercadotecnia, para realizar planes de mercadotecnia en diferentes sectores y su evaluación objetiva.
4. 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.
5. 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.
6. Utilizar la comunicación oral y escrita de forma asertiva en distintos contextos, mediante el uso de medios de información, códigos y herramientas tecnológicas.
7. 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.
8. Emplear un segundo para desarrollarse en contextos internacionales y tecnológicos.

INVERSIÓN

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

Inscripción: _____

Colegiatura: _____

Cuota Académica: _____



Licenciatura en MERCADOTECNIA Y DISEÑO PUBLICITARIO

RVOE MAESTRÍA: 20230063

Modalidad: Mixta | Duración: 9 cuatrimestres

www.lainter.edu.mx



PLAN DE ESTUDIOS

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

Al concluir el estudiante recibirá diploma de especialidad y el grado de maestría avalados por la Secretaría de Educación Pública Federal



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.

Para lograr lo anterior, el aspirante a cursar la carrera en mercadotecnia y diseño publicitario preferentemente deberá contar con lo siguiente:

Conocimientos:

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

Habilidades:

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

Actitudes:

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



OBJETIVOS

Formar profesionistas que domine los procesos en los diversos ámbitos de la mercadotecnia y el diseño publicitario para desarrollar estrategias en busca de saber ofertar valor a través de bienes a un segmento de mercado mediante diversas estrategias; como el desarrollo de productos, la promoción, la fijación de precios, y que llegue la oferta de valor a través de los canales de distribución adecuados a ese segmento; además de poseer las herramientas y habilidades que les permiten actuar en su vida profesional y personal a partir del ejercicio crítico y el razonamiento de sus saberes. Estudiar los diversos ámbitos de la mercadotecnia y el diseño publicitario para la comprensión de la realidad a través del desarrollo e innovación de productos y dentro de diversos esquemas interpretativos de la mismas, por medio de diferentes tecnologías del aprendizaje autónomo para la solución a diversas problemáticas en la sociedad para el desarrollo económico, social, humano y multicultural.



DOCUMENTACIÓN

◆ Se requieren documentos en extracto original y dos copias

- Acta de Nacimiento Electrónica
- Presentar Identificación Oficial (INE, Cartilla Militar, VISA, Pasaporte o Licencia de Manejo)
- Copia de Título Profesional, por ambos lados
- Copia de Cédula Profesional, por ambos lados
- CURP impresión de la página <https://www.gob.mx/curp/>
- Certificado de estudios de nivel de estudios anterior legalizado