



## Licenciatura

# Mercadotecnia

RVOE: SEP No. 2003069 de fecha 05 de marzo de 2003 | Modalidad escolarizada  
La Universidad Intercontinental se encuentra inscrita en el Grupo 2 del PMI SEP.

### Objetivo

Si egresas de la licenciatura en Mercadotecnia, tendrás una visión estratégica, analítica, creativa y ética, que logrará integrarte al mercado global en las diversas áreas en las que la mercadotecnia puede actuar: comercial, digital, imagen pública, farmacéutica, deportiva, fashion, social, internacional, entre otras. Pertenecer a la comunidad marketing UIC, te acerca a las herramientas tecnológicas y de análisis del consumidor y su entorno, para que tanto él como las empresas y la sociedad, reciban de ti soluciones y propuestas mercadológicas eficaces.



55 5487 1370 al 79



admision@uic.edu.mx | [uic.mx](https://uic.mx)

Insurgentes Sur 4303, Santa Úrsula Xitla, 14420, Alcaldía Tlalpan, Ciudad de México

# ¿Por qué estudiar la licenciatura en Mercadotecnia?

## Ventajas del programa

- Aprenderás a generar y a realizar el buen uso de datos a través de la inteligencia de mercados, para analizar mejor a los consumidores, la competencia, los colaboradores y su entorno. El manejo de datos de los clientes, del producto y de la competencia, es la base del éxito de toda empresa.
- Desde el inicio de tu licenciatura aplicarás estrategias enfocadas a la generación, innovación y/o dirección de marcas y pondrás en marcha comunicación efectiva con tus consumidores, haciendo buen manejo de plataformas digitales.
- Diseñarás estrategias de relaciones públicas y posicionamiento de marca, enfocadas a que motiven la lealtad hacia el producto, persona o servicio de la empresa en donde estés colaborando.
- Existe una necesidad de comercialización en todas las industrias, por lo que, al estudiar en la UIC, reconocerás las áreas de oportunidad mercadológicas de dichas industrias y las orientarás para su crecimiento, haciendo uso de las herramientas tecnológicas adecuadas.

## Áreas de desarrollo

- Inteligencia de Negocios y Mercados
- Gestión de Relación con el consumidor
- Dirección Creativa Publicitaria
- Dirección de Marketing Digital
- Asesoría y consultoría comercial internacional
- Innovación de productos
- Gestión de E-commerce
- Dirección o gestión de marcas
- Dirección de Relaciones Públicas y Organización de Eventos
- Dirección de ventas online y offline

## Plan de estudios

Trayectoria ideal del programa académico\*

### Primer Semestre

- Información Financiera Empresarial
- Introducción a los Negocios
- Mercadotecnia
- Marco Legal de las Organizaciones
- Proceso Creativo
- Matemáticas para Negocios

### Segundo Semestre

- Diseño Organizacional
- Economía
- Comunicación Integral de Mercadotecnia
- Métodos Estadísticos para Negocios
- Comportamiento del Consumidor Final
- Desarrollo Humano y el Entorno

### Tercer Semestre

- Contabilidad Administrativa
- Mercadotecnia Internacional
- Derecho Mercantil
- Investigación Cualitativa de Mercados
- Comportamiento del Consumidor Industrial
- Nuevas Tecnologías en Mercadotecnia I
- Participación Social y Bien Común

### Cuarto Semestre

- Finanzas Corporativas
- Innovación de Productos
- Régimen Legal de la Mercadotecnia
- Mercadotecnia Social
- Métodos de Investigación para Negocios
- Diseño Publicitario

### Quinto Semestre

- Cultura Emprendedora
- Distribución y Logística
- Comportamiento del Consumidor Digital
- Planeación Publicitaria
- Investigación Cuantitativa de Mercados
- Responsabilidad Social Empresarial

### Sexto Semestre

- Desarrollo Emprendedor
- Estrategias de Precio
- Mercadotecnia de Contenidos
- Medios
- Estrategias de Mercadotecnia Sensorial
- Nuevas Tecnologías en Mercadotecnia II
- Compromiso Ético

### Séptimo Semestre

- Toma de Decisiones en la Mercadotecnia
- Gerencia de Marca y Posicionamiento de Productos
- Comercio Electrónico
- Relaciones Públicas y Organización de Eventos
- Temas Selectos I
- Mercadotecnia Relacional

### Octavo Semestre

- Consultoría y Administración de Proyectos
- Temas Selectos II
- Temas Selectos III
- Proyecto Terminal de Mercadotecnia
- Dirección de Redes Sociales
- Dirección de Ventas y Comercialización

\* Nuestro plan de estudios es flexible. Este orden de asignaturas sólo es una referencia.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 Sujeto a condiciones del Reglamento de Becas.

2 Sujeto a condiciones de financiera externa.



Consejo de Acreditación de Ciencias Administrativas, Contables y Afines



Acreditación FIMPES  
Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior



Acreditación ANUIES  
Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior



Miembro AMIESIC  
Asociación Mexicana de Universidades e Instituciones de educación Superior



Registro Conacyt  
Reniecyt 2971

Centro autorizado  
TOEFL iBT  
TOEIC

Cómo llegar a la UIC ➔

Agendar sesión informativa ➔

Síguenos

Chatear ahora ➔