

7. MAPA CURRICULAR



MAPA CURRICULAR LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y MEDIOS DIGITALES Modalidad Escolarizada



EJES GENERALES DE LA FORMACIÓN				SEMESTRES																				
				1			2			3			4			5			6			7		
				CICLO BÁSICO						CICLO PROFESIONAL						CICLO ESPECIALIZADO								
TÉORICO-TÉCNICA	FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA			MERCADOTECNIA EN MEDIOS DIGITALES						NEUROMARKETING			INVESTIGACIÓN DE MERCADOS									MERCADOTECNIA INTERNACIONAL		
	2	3	7	2	3	7				2	3	7	2	3	7							1	4	6
	PUBLICIDAD			ÉTICA DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD			MERCADOTECNIA DE SERVICIOS			INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA DE NEGOCIOS			DESARROLLO E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS			ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO			ANÁLISIS DE MERCADOS			OPTATIVA		
	2	3	7	2	2	6	2	3	7	2	3	7	1	4	6	2	3	7	2	4	8	2	3	7
	ANÁLISIS PUBLICITARIO Y MULTICULTURALIDAD			COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR			DISEÑO, GESTIÓN Y VALOR DE MARCA			ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN			MERCADOTECNIA RSE			CREACIÓN INTEGRAL DE CAMPAÑAS			MERCADOTECNIA POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA			OPTATIVA		
	2	2	6	2	3	7	2	3	7	2	4	8	2	2	6	2	3	7	2	3	7	2	3	7
	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN			COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA			SEMÓTICA Y LINGÜÍSTICA			DISEÑO EDITORIAL Y TIPOGRAFÍA			PRODUCCIÓN Y EDICIÓN AUDIOVISUAL			TÉCNICAS DE ANIMACIÓN DIGITAL			NARRATIVA PARA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA Y TELEVISIVA			DISEÑO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES		
	3	2	8	2	3	7	2	2	6	1	4	6	1	4	6	2	3	7	1	4	6	2	4	8
	COMUNICACIÓN MULTIMEDIA			DISEÑO GRÁFICO Y DIAGRAMACIÓN			LEGISLACIÓN EN MEDIOS CONVENCIONALES Y DIGITALES						NEGOCIOS ELECTRÓNICOS			FOTOGRAFÍA Y EDICIÓN DIGITAL			PROGRAMACIÓN MULTIPLATAFORMA PARA REDES SOCIALES			REALIZACIÓN CINEMATOGRAFICA		
	2	2	6	2	4	8	2	2	6				1	3	5	2	3	7	2	3	7	2	4	8
FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA			INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN			ESTADÍSTICA APLICADA A LA MERCADOTECNIA			COSTOS Y PRESUPUESTOS DE MERCADOTECNIA						FINANZAS APLICADAS A LA MERCADOTECNIA			RELACIONES PÚBLICAS						
2	3	7	2	3	7	2	3	7	2	2	6				2	2	6	2	2	6				
MATEMÁTICAS PARA MERCADOTECNIA			INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD			ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIAS DE VENTAS			DESARROLLO Y EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS															
2	3	7	2	2	6	2	2	6	2	2	6													
PARA LA GENERACIÓN Y APLICACIÓN DEL CONOCIMIENTO	FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN						METODOLOGÍA, PRINCIPIOS Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN						TALLER DE INVESTIGACIÓN						SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN					
	1	3	5				1	3	5				1	3	5				1	3	5			
EN CONTEXTO													PRÁCTICA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS			PRÁCTICA DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS			SERVICIO SOCIAL			PRÁCTICAS PROFESIONALES		
													0	6	6	0	6	6						
PARA EL DESARROLLO HUMANO	INGLÉS ELEMENTAL			INGLÉS A1			INGLÉS PRE INTERMEDIO			INGLÉS A2			INGLÉS INTERMEDIO			INGLÉS B1			INGLÉS PET					
	2	3	7	2	3	7	2	3	7	2	3	7	2	3	7	2	3	7	2	3	7			
	FORMACIÓN INTEGRAL			FORMACIÓN INTEGRAL			FORMACIÓN INTEGRAL			FORMACIÓN INTEGRAL			FORMACIÓN INTEGRAL			FORMACIÓN INTEGRAL			FORMACIÓN INTEGRAL					
	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1			
TUTORÍA			TRANSVERSAL MULTIMODAL			TRANSVERSAL MULTIMODAL			TUTORÍA									TUTORÍA						
1	0	0	1	4	6	1	4	6	1	0	0							1	0	0				

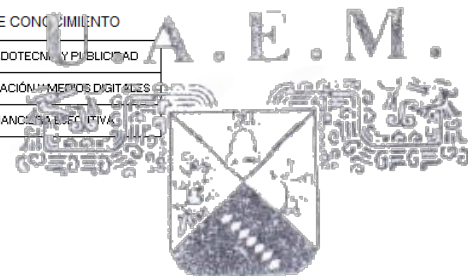
NOMBRE DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE		
HORAS TEÓRICAS	HORAS PRÁCTICAS	CRÉDITOS

409

TOTAL DE CRÉDITOS DE LA LICENCIATURA

ÁREAS DE CONOCIMIENTO

MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD
COMUNICACIÓN Y MEDIOS DIGITALES
FINANZAS Y OPTATIVA



SECRETARIA
GENERAL