

MERCADOTECNIA Y DISEÑO PUBLICITARIO

SEP-SES/21/114/04/616/2012/ACT.1/2015*



POR:



*En actualización

21 Oriente 1816 Colonia Azcárate • T. (222) 211 16 98 / 211 16 99 • www.uo.edu.mx

PUEBLA - CANCÚN - VERACRUZ - COATZACOALCOS - POZA RICA



TRASCENDER ES MI VIDA.

Triunfar
ES MI META.

OBJETIVO GENERAL *de la* LICENCIATURA:

Formar profesionistas capaces de aplicar las actuales técnicas mercadológicas, basados en el análisis de las necesidades, deseos, gustos y expectativas de los clientes.

PERFIL *de* INGRESO:

- Razonamiento verbal y gráfico.
- Creativo y observador, con ubicación espacial.
- Facilidad para resolver problemas.
- Aptitud para la investigación.
- Habilidad de comunicación verbal y escrita.

PERFIL *de* EGRESO:

- Capacidad de decisión para lograr el crecimiento y permanencia de la empresa.
- Innovación, creatividad y dedicación permanente a la investigación del mercado nacional y/o internacional.
- Ética y capacidad para conocer y satisfacer las necesidades cambiantes del consumidor y dar solución a los problemas del mercado.

PLAN *de* ESTUDIO CUATRIMESTRAL MERCADOTECNIA Y DISEÑO PUBLICITARIO:

- | | | |
|--|---|--|
| • Mercadotecnia | • Administración de Ventas | • Proyectos de Inversión |
| • Introducción a la Publicidad | • Investigación de Operaciones | • Derecho Publicitario |
| • Administración I | • Radio | • Proyecto Final de la Carrera |
| • Diseño Gráfico Asistido por Computadora | • Planeación Estratégica y Mercadotecnia | • Comercio y Mercadotecnia Internacional II |
| • Desarrollo Humano | • Investigación de Mercados I | • Audiovisual II |
| • Introducción a la Economía | • Derecho Fiscal | • Administración de la Publicidad |
| • Redacción de Textos Universitarios | • Emprendedores | |
| • Mercadotecnia de Productos. | • Contabilidad de Costos | |
| • Diseño Publicitario I | • Fotografía | |
| • Administración II | • Metodología de la Investigación | |
| • Diseño de Imágenes Asistido por Computadora | • Gestión de Mercadotecnia | |
| • Estadística | • Investigación de Mercados II | |
| • Microeconomía | • Retoque Fotográfico | |
| • Comportamiento del Consumidor | • Creación de una Empresa | |
| • Mercadotecnia en Distribución y Precio | • Estrategias de Mercadotecnia | |
| • Diseño Publicitario II | • Comunicación y Publicidad | |
| • Macroeconomía | • Sistemas de Reproducción | |
| • Diseño de Presentaciones por Computadora | • Sistemas de Calidad I | |
| • Mercadotecnia y Promoción | • Comunicación Intercultural | |
| • Estrategias de Publicidad | • Mercadotecnia en Servicios | |
| • Derecho Mercantil | • Análisis de Estados Financieros | |
| • Desarrollo Sustentable | • Comercio y Mercadotecnia Internacional I | |
| | • Publicidad y Plan de Medios | |
| | • Audiovisual I | |
| | • Sistemas de Calidad II | |
| | • Psicología Empresarial | |