



# ¿POR QUÉ ESTUDIAR EN LA UG?

CONTAMOS CON:

- BECAS ECONÓMICAS,
- CONVENIOS DE INTERCAMBIO INTERNACIONAL,
- AULAS Y LABORATORIOS EQUIPADOS,
- PLATAFORMA MULTIMODAL,
- LOS MEJORES COSTOS EN LA REGIÓN.



Solicita información sobre  
el curso propedéutico  
[cursos.dcsa@ugto.mx](mailto:cursos.dcsa@ugto.mx)  
Enlace de preinscripción  
[bit.ly/propedeuticodcsa](http://bit.ly/propedeuticodcsa)



!thumb up Para  
ingresar  
necesitas

- Adquirir Cédula de Admisión
- Certificado de Estudios de Bachillerato
- Presentar Examen EXHCOBA
- Presentar Entrevista y Psicométricos

## ESTA LICENCIATURA SE OFRECE EN

Campus Celaya-Salvatierra  
División de Ciencias Sociales y  
Administrativas (DCSA)

### Sede Celaya

Avenida Ing. Javier Barros Sierra # 201  
Esq. Av. Baja California  
Ejido de Santa María del Refugio  
Eje Juan Pablo II en Celaya, Gto

☎ (461) 598 5922

✉ coordinacionmkt\_dcsa@ugto.mx

### CONOCE MÁS EN

🌐 [www.ugto.mx/campuscelayasalvatierra](http://www.ugto.mx/campuscelayasalvatierra)

FACEBOOK Campus Celaya-Salvatierra



Campus Celaya-Salvatierra

División de Ciencias  
Sociales y Administrativas

# LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA



**SOMOS  
ABJAS  
UG**

CAMPUS CELAYA-SALVATIERRA



## COMPETENCIA CURRICULAR

Formar profesionales con un alto dominio de los conocimientos y de las técnicas actualizadas de la Mercadotecnia, para responder con calidad a las necesidades de las organizaciones en los siguientes rubros: mercado regional y su ubicación en el contexto nacional e internacional; comportamiento del consumidor; tecnologías ad hoc para sostener e incrementar el índice de recompra; y, la administración de los esfuerzos para el diseño, implementación y evaluación de las estrategias de Mercadotecnia.

## PERFIL DE EGRESO



El profesional de mercadotecnia, tiene la capacidad de trabajar con big data, lo que le permite predecir la conducta de los consumidores, identificar tendencias y con ello pronosticar de demanda de productos.



Es capaz de diseñar y coordinar actividades de promoción de un producto o servicio, seleccionando los canales más adecuados.



Su capacidad de comunicación y el conocimiento de la realidad, le permite evaluar y reconocer la situación socioeconómica del país; incluso de otras latitudes lo que le permite ocupar lugares en empresas transnacionales.

# PLAN DE ESTUDIOS SEMESTRAL

- 1**
  - Administración I (T.C.)
  - Computación Básica (T.C.)
  - Entorno Social de la Organización (T.C.)
  - Comunicación Oral y Escrita (T.C.)
  - Desarrollo de Habilidades del Pensamiento I (T.C.)
  - Matemáticas (T.C.)
  
- 2**
  - Administración II (T.C.)
  - Fundamentos de Derecho (T.C.)
  - Entorno Económico de la Organización (T.C.)
  - Identidad Universitaria (T.C.)
  - Desarrollo de Habilidades del Pensamiento II (T.C.)
  - Estadística Descriptiva (T.C.)
  
- 3**
  - Administración III (T.C.)
  - Marco Legal de las Organizaciones (T.C.)
  - Contabilidad Básica (T.C.)
  - Fundamentos de Comportamiento Organizacional (T.C.)
  - Metodología del Trabajo Intelectual (T.C.)
  - Estadística Inferencial (T.C.)
  
- 4**
  - Mercadotecnia I
  - Estadística Aplicada
  - Antropología Social
  - Entorno Legal de la MKT
  
- 5**
  - Taller de Creatividad
  - Mercadotecnia II
  - Métodos de Investigación
  - Psicología del Consumo
  - Administración de Recursos Humanos

- 6**
  - Desarrollo de Productos I
  - Comunicación para la MKT
  - Mercadotecnia III
  - Análisis del Consumidor
  - Distribución
  
- 7**
  - Desarrollo de Productos II
  - Costos Presupuestos
  - Mercadotecnias Especiales
  - Investigación de Mercados I
  - Publicidad I
  - Ventas I
  
- 8**
  - Seminario de Investigación I
  - Comercialización Regional
  - Estrategias de Mercadotecnia
  - Investigación de Mercados II
  - Publicidad II
  - Ventas II
  
- 9**
  - Administración de la Mercadotecnia
  - Seminario de Investigación II
  - Seminario de Mercadotecnia
  - Sistema de Investigación de Mercadotecnia
  - Taller de Promoción



MÁS INFORMACIÓN ESCANEA EL CÓDIGO QR

