



¿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.



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

📍 Campus Celaya-Salvatierra



Campus Celaya-Salvatierra

División de Ciencias Sociales y Administrativas

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA



SOMOS AB=JAS UG

CAMPUS CELAYA-SALVATIERRA



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





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
- Mercadotecnia 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

