

MISIÓN

Formar profesionistas con una conciencia integral de un mundo competitivo, con compromiso social y vocación de servicio, fomentando la actualización tecnológica mediante la impartición de programas actualizados que les darán las herramientas necesarias para desarrollarse en el mundo laboral a nivel nacional e internacional.

VISIÓN

Ser una red de Universidades reconocidas en América del Norte, por su excelencia académica, haciendo uso de las tecnologías más avanzadas en el ámbito educativo, innovando la forma de enseñanza-aprendizaje, ofreciendo a todos nuestros alumnos mejores oportunidades, abriendo sus horizontes de posibilidades en el ámbito laboral nacional e internacional.

VALORES

- Integridad
- Honestidad
- Respeto a la Libertad
- Responsabilidad Social

UAN

Campus Condesa

Guadalajara 9, Col. Roma, C.P.06700
Alcaldía Cuauhtémoc, Ciudad de México
55 7258 5988 / 55 9154 872


Campus Ixtapaluca

Blvd. San Buenaventura s/n, Col. El Capulín,
Ixtapaluca, C.P. 56535, Estado de México,
55 6696 2853 / 55 5972 3287

 uanmexico.net

 [universidadUAN](https://www.facebook.com/universidadUAN)

 [universidaddeA2](https://twitter.com/universidaddeA2)

 [uan_condesa](https://www.instagram.com/uan_condesa)



Universidad de América del Norte

Instituto de Estudios Superiores de América del Norte

Licenciatura en Mercadotecnia

(RVOE 20194146)



Perfil del egresado

- Los elementos teóricos y metodológicos de la administración, aplicables al entorno de la mercadotecnia.
- Los fundamentos económicos que permiten la comprensión de la dinámica de la economía nacional y su relación con los movimientos empresariales.
- Las bases de la ciencia matemática, aplicables a las operaciones en mercadotecnia, tanto en lo referente a las finanzas como a los muestreos estadísticos y las probabilidades.
- Las bases contables necesarias para el control de la información generada en mercadotecnia, así como para la planeación de costos y de presupuestos de operación.
- El marco legal que regula la actividad comercial en el país.
- Los fundamentos de la mercadotecnia como disciplina del saber humano, tanto en sus generalidades como en las ramas específicas de actuación.
- Las metodologías y técnicas para la investigación de mercados, tanto nacionales como internacionales.
- Las principales corrientes y teorías que dan cuenta del comportamiento del consumidor.
- Los mecanismos operativos y de planeación para la publicidad y la promoción de bienes y servicios, así como los distintos medios.
- La integración de nuevas tecnologías de la información y la comunicación en los procesos de comercialización.
- El diseño de campañas, tanto lucrativas como no lucrativas, y su relación con la sociedad.

- Equivalencias sin tanto trámite
- Cursos en horarios flexibles
- Precios accesibles

Plan de Estudios

Licenciatura en Mercadotecnia

(RVOE 20194146)

PRIMER CUATRIMESTRE

Fundamentos de la Administración
Métodos y Técnicas de la Investigación
Teoría Económica
Contabilidad General
Matemáticas Básicas
Derecho Civil

SEGUNDO CUATRIMESTRE

Estructura Organizacional
Introducción a la Mercadotecnia
Microeconomía
Contabilidad Administrativa
Matemáticas Financieras
Derecho Mercantil

TERCER CUATRIMESTRE

Administración de Recursos Humanos
Sociología en las Relaciones Comerciales
Macroeconomía
Contabilidad de Costos
Estadística I
Sistemas Computacionales

CUARTO CUATRIMESTRE

Mercadotecnia Estratégica
Comportamiento del Consumidor
Investigación de Mercados I
Presupuestos
Estadística II
Computación Aplicada a la Mercadotecnia

QUINTO CUATRIMESTRE

Logística y Distribución
Diseño de Productos
Investigación de Mercados II
Publicidad y Promoción
Investigación de Operaciones I
Régimen Legal de la Mercadotecnia

SEXTO CUATRIMESTRE

Administración de la Producción
Mercadotecnia de Servicios
Mercadotecnia Política y Social
Diseño Publicitario
Investigación de Operaciones II
Inglés I

SÉPTIMO CUATRIMESTRE

Administración de la Fuerza de Ventas
Comercio Internacional
Riesgo Ambiental en Mercadotecnia
Publicidad con Multimedia
Técnicas de Negociación
Inglés II

OCTAVO CUATRIMESTRE

Promoción de Ventas
Estrategia de Mercadotecnia Internacional
Finanzas
Comercio Electrónico
Ética en los Negocios
Inglés III

NOVENO CUATRIMESTRE

Control de Calidad
Dirección de Programas en Mercadotecnia
Evaluación de Proyectos en Mercadotecnia
Mercadotecnia por Internet
Seminario de Investigación
Inglés IV

Iniciamos en: Enero, Mayo y Septiembre.

Horarios

Matutino, Vespertino, Nocturno.
Sabatino y Dominical.