



CENTRO UNIVERSITARIO

Licenciatura en
MERCADOTECNIA
Y DIRECCIÓN DE NEGOCIOS

1º	DB01 Introducción a la Administración 4/4 8	DB02 Principios de Contabilidad 4/4 8	DB03 Fundamentos de los Negocios y Economía 4/4 8	DI01 Comunicación en los Negocios 2/2 4	DB04 Fundamentos de Derecho 4/2 4	DP08 Prácticas Empresariales I 2/4 6	HD 20 HI 20 HT 40 TC 40
2º	DB05 Proceso Administrativo 4/4 8	DB06 Contabilidad Financiera 4/4 8	DB07 Matemáticas Financieras 4/4 8	DI02 Metodología de la Investigación 2/2 4	DB08 Marco Legal de las Empresas y las Organizaciones 4/2 6	DP09 Prácticas Empresariales II 2/4 6	HD 20 HI 12 HT 40 TC 40
3º	CB21 Relaciones Públicas 2/4 6	MB19 Investigación de Mercados 4/4 8	DB09 Estadística 4/4 8	DI03 Historia de la Civilización 2/2 4	DB14 Tecnología Aplicada I 2/4 6	DP10 Prácticas Empresariales III 2/4 6	HD 18 HI 22 HT 40 TC 40
4º	CB21 Mercadotecnia 4/4 8	DB11 Contabilidad Fiscal 4/4 8	MB20 Perfil del Consumidor 4/4 8	DI04 Desarrollo y Cultura de los Negocios en México 2/2 4	DB15 Tecnología Aplicada II 2/4 6	DP11 Prácticas Empresariales IV 2/4 6	HD 18 HI 22 HT 40 TC 40
5º	MP16 Sociología del Mercado 4/4 8	MP17 Publicidad y Promoción 4/4 8	MP18 Ventas y Negociación 4/4 8	DI05 Posmodernidad, Globalización y Negocios 2/2 4	DB16 Tecnología Aplicada III 2/4 6	DP12 Prácticas Empresariales V 2/4 6	HD 18 HI 22 HT 40 TC 40
6º	MP20 Logística y Distribución 4/4 8	MP19 Estrategias Comerciales 4/4 8	CP21 Mercadotecnia de Servicios 4/4 8	DI06 Psicología de los Negocios 2/2 4	DB17 Tecnología Aplicada IV 4/2 6	DP13 Prácticas Empresariales VI 2/4 6	HD 18 HI 22 HT 40 TC 40
7º	MP22 Fundamentos de Comercio Exterior 4/4 8	DP04 Taller de Habilidades Gerenciales 2/4 6	DP05 Seminario de Proyectos de Inversión 2/4 6	OPTATIVA I 4/4 8	OPTATIVA II 4/4 8	DP14 Prácticas Empresariales VII 2/4 6	HD 18 HI 24 HT 42 TC 42
8º	DP02 Negocios Internacionales 4/4 8	DP06 Seminario de Liderazgo Empresarial 2/4 6	MB23 Mercadotecnia Internacional 4/4 8	OPTATIVA III 4/4 8	OPTATIVA IV 4/4 8	DP15 Prácticas Empresariales VIII 2/4 6	HD 18 HI 24 HT 42 TC 42
ASIGNATURAS OPTATIVAS • Seminario de Dirección de Negocios I DO01 • Seminario de Dirección de Negocios II DO02 • Seminario de Dirección de Negocios III DO03 • Seminario de Dirección de Negocios IV DO04 • Tecnologías de Información para los Negocios I DO05 • Tecnologías de Información para los Negocios II DO06 • Tecnologías de Información para los Negocios III DO07 • Tecnologías de Información para los Negocios IV DO08 • Especialidad en Mercadotecnia Internacional I MO09 • Especialidad en Mercadotecnia Internacional II MO10 • Especialidad en Mercadotecnia Internacional III MO11 • Especialidad en Mercadotecnia Internacional IV MO12.							THD 148 THI 176 THT 324 TCR 324



CENTRO UNIVERSITARIO

OBJETIVO GENERAL

La Licenciatura en Mercadotecnia y Dirección de Negocios de ITACA, forma profesionales capaces de crear y dirigir proyectos de negocios viables. El egresado desarrollará destrezas teórico - prácticas que le permitan identificar las necesidades actuales del mercado y el consumidor a nivel nacional e internacional, en un marco de responsabilidad social.

PERFIL DEL EGRESADO

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia y Dirección de Negocios se desarrollará profesionalmente a través de los siguientes conocimientos, habilidades gerenciales, prácticas empresariales y actitudes:

CONOCIMIENTOS:

Obtendrá las nociones de mercadotecnia, así como los principios básicos de contabilidad, administración, negocios y derecho;
Adquirirá las bases que conforman la estructura y funcionamiento de empresas y organizaciones.

HABILIDADES GERENCIALES:

Adquirirá la capacidad de realizar funciones de dirección que le permitan tomar decisiones a nivel ejecutivo y gerencial;
Obtendrá aptitudes para desarrollar estrategias de mercadotecnia, acordes a las necesidades del consumidor, a partir de la investigación de mercado;
Utilizará la tecnología de información para el logro de los objetivos organizacionales.

PRÁCTICAS EMPRESARIALES:

Vinculará el aprendizaje teórico con la realidad actual que viven día a día las empresas de nuestro país, a través de laboratorios dentro de las organizaciones, los cuales se llevarán a cabo a lo largo de la carrera.

ACTITUDES:

Ética en el desempeño de su profesión;
Innovación desde su disciplina al campo de los negocios;
Emprendedor en la creación de negocios para la satisfacción de las necesidades del país;
Compromiso con la calidad en la producción de bienes y servicios.

ASIGNATURAS

El plan de estudios requiere la acreditación de 324 créditos agrupados en asignaturas que se organizan en tres áreas:

ÁREA BÁSICA:

En la cual se proporcionan los fundamentos sobre disciplinas económico-administrativas y se prepara al estudiante para las áreas de concentración profesional:

Introducción a la Administración
Principios de Contabilidad
Fundamentos de los Negocios y Economía
Fundamentos de Derecho
Proceso Administrativo
Contabilidad Financiera
Matemáticas Financieras
Marco Legal de las Empresas y las Organizaciones
Estadística
Mercadotecnia
Contabilidad Fiscal
Teoría de las Decisiones
Álgebra
Tecnología Aplicada I a la IV
Creatividad Comercial
Investigación de Mercados
Perfil del Consumidor
Relaciones Públicas
Desarrollo de Nuevos Productos
Mercadotecnia Internacional

ÁREA PROFESIONAL:

En la cual se proporcionan las herramientas que permiten un adecuado desempeño en el área de conocimiento que implica la profesión:

Desarrollo y Dirección de Negocios
Negocios Internacionales
Planeación Estratégica
Taller de Habilidades Gerenciales
Seminario de Proyectos de Inversión
Seminario de Liderazgo Empresarial
Estadística Avanzada
Prácticas Empresariales I a la VIII
Sociología del Mercado
Publicidad y Promoción
Ventas y Negociación

Licenciatura en
MERCADOTECNIA
Y DIRECCIÓN DE NEGOCIOS

Mercadotecnia de Servicios
Fundamentos de Comercio Exterior
Sistemas de Distribución
Decisiones de Producto - Precio
Optativa I a la IV

ÁREA DE INTEGRACIÓN:

En la cual se proporciona el complemento formativo en metodología y cultura general, sello de los egresados ITACA. Las asignaturas son teórico - prácticas y seminarios:

Comunicación en los Negocios
Metodología de la Investigación
Historia de la Civilización
Desarrollo y Cultura de los Negocios en México
Posmodernidad, Globalización y Negocios
Psicología de los Negocios
Pensamiento Heurístico
Aprendizaje y Metacognición
Ciencia y Tecnología

ASIGNATURAS OPTATIVAS:

Seminario de Dirección de Negocios I al IV
Tecnologías de la Información para los Negocios I a la IV
Especialidad en Mercadotecnia Internacional I a la IV

Es importante señalar que las áreas se cursan simultáneamente en todos los semestres. La organización por áreas tiene como finalidad establecer un adecuado equilibrio entre los distintos niveles formativos, así como los contenidos de carácter teórico y los de carácter práctico del área profesional específica.

Acuerdo SEP 20081462 del 26 de junio de 2008

