

### OBJETIVO DE LA CARRERA

La carrera de Mercadotecnia, con nivel de licenciatura de la Universidad San Carlos persigue los siguientes objetivos fundamentales:

- Formar Licenciados en Mercadotecnia, que sean capaces de diseñar e implementar las estrategias, que requiera una empresa, para solucionar problemas mercadológicos, financieros y de organización interna, a partir de una sólida información académica que incluye una base humanística y de contenido ético. En fin, formar Licenciado en Mercadotecnia que sean capaces de utilizar su preparación técnica específica para la eficaz administración de los mercados en los negocios del siglo XXI.



### CAMPO OCUPACIONAL

El egresado de la Licenciatura de Mercadotecnia de la USC, podrá desempeñarse en cualquier entidad donde se manejen los aspectos Mercadológicos, Administrativos, Contables y Financieros, Legales y Económicos, sobresaliendo las siguientes funciones y actividades:

- Sector Público:
  - a) Como Asesor en los diferentes niveles del Gobierno.



- Sector Privado:
  - a) Como Director o Ejecutivo de despachos de Mercadotecnia y Publicidad.
  - b) Como Director o Ejecutivo en empresas comerciales de capacitación y de servicios a clientes, nacionales e internacionales, entre otras.

### PERFIL DEL EGRESADO

Los egresados de la Licenciatura de Mercadotecnia de la Universidad San Carlos, serán capaces de:

- Crear una microempresa, ya que dominan todos los aspectos teóricos, metodológicos e instrumentales de la operatividad de los negocios.
- Crear anuncios publicitarios que tengan aplicación en los medios masivos de comunicación (prensa, radio y televisión, entre otros).
- Contribuir a la formación, desarrollo y servicios en los mercados comerciales.

**"EMPRENDE LA GRANDEZA  
DE TU ÉXITO"**





## Licenciatura en Mercadotecnia

R.V.O.E. DE LA S.E.P., ACUERDO No. 2002375 DE FECHA 3 DE NOVIEMBRE DE 2000.

### SEMESTRE I

- FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA
- FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN
- INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL DERECHO
- MATEMÁTICAS FINANCIERAS
- MICROECONOMÍA
- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### SEMESTRE II

- FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD
- MACROECONOMÍA
- PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR
- COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA
- ALTA DIRECCIÓN
- ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA

### SEMESTRE III

- ADMINISTRACIÓN DE CAPITAL HUMANO
- DERECHO MERCANTIL
- COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
- SISTEMAS Y PROCESOS CONTABLES
- GESTIÓN DE NEGOCIOS
- ESTADÍSTICA INFERENCIAL

### SEMESTRE IV

- DERECHO ADMINISTRATIVO
- DESARROLLO DE NEGOCIOS
- ESTRATEGIAS DE MERCADO Y PRECIO
- GESTIÓN DEL PENSAMIENTO CREATIVO
- MERCADOTECNIA DE SERVICIOS
- MERCADOTECNIA SOCIAL Y POLÍTICA

### SEMESTRE V

- MERCADOTECNIA ANALÍTICA
- TECNOLOGÍA APLICADA A LA MERCADOTECNIA
- INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES
- ADMINISTRACIÓN DE VENTAS
- FINANZAS
- ADMINISTRACIÓN DE LA MERCADOTECNIA

### SEMESTRE VI

- PRESUPUESTOS
- GERENCIA DE MARCA
- COMERCIO ELECTRÓNICO
- MERCADOTECNIA PARA EL CONSUMO MASIVO
- RELACIONES PÚBLICAS
- INVESTIGACIÓN DE MARKETING

### SEMESTRE VII

- CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA
- ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
- MERCADOTECNIA ECOLÓGICA
- ESTRATEGIAS COMERCIALES
- DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS
- MERCADOTECNIA DIGITAL

### SEMESTRE VIII

- PUBLICIDAD Y MEDIOS DE PRODUCCIÓN
- DERECHO DE AUTOR, MARCAS Y PATENTES
- DISEÑO DE CAMPAÑAS
- SEMINARIO DE MERCADOTECNIA
- ÉTICA PROFESIONAL
- SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

## SERVICIOS:

- BIBLIOTECA
- INTERNET INALÁMBRICO
- SERVICIO MÉDICO
- BOLSA DE TRABAJO
- AUDITORIO
- CENTROS DE CÓMPUTO
- TEATRO
- CAFETERÍA Y FUENTE DE SODAS
- CENTRO DE IDIOMAS

## ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES

