

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA PLAN 2010									
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	Créditos
BLOQUE PROFESIONAL OBLIGATORIO, asignaturas de Mercadotecnia	Clave: MER1201 Taller de mercadotecnia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1	Clave: MER2210 Mercadotecnia fundamental Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1	Clave: MER2251 Conducta del consumidor Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2210 Competencia: 2	Clave: MER2233 Gestión estratégica de mercados Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2210 Competencia: 3	Clave: MER2232 Gerencia de marca Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2233 Competencia: 6, 7	Clave: MER2234 Innovación de producto y estrategias de precio Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2233 Competencia: 10	Clave: MER2231 Estrategias en el punto de venta y mercadeo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2233 Competencia: 10	Clave: MER2239 Mercadotecnia global Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2232 Competencia: 12	267
				Clave: MER2235 Investigación de mercados cualitativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2251 Competencia: 4	Clave: MER2236 Investigación de mercados cuantitativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MAT2246 Competencia: 4	Clave: MAT2252 Herramientas analíticas para la toma de decisiones en mercadotecnia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MAT2247 / MER2236 Competencia: 6	Clave: MER2240 Mercadotecnia industrial y ventas Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2232 Competencia: 14	Clave: MER2241 Simulación y casos de mercadotecnia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2234 Competencia: 12	
					Clave: MER2229 Comunicación integral de mercadotecnia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2233 Competencia: 11	Clave: MER2230 Distribución y logística Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2233 Competencia: 9	Clave: MER2237 Mercadotecnia de servicios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2232 Competencia: 14		
						Clave: MER2238 En línea Mercadotecnia digital y CRM Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2232 Competencia: 8	Clave: INT3225 Practicum 2: Mercadotecnia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: 220 créditos / INT2263 / MER2229 / MER2234 / MER2236 Competencia: 12	Clave: INT3226 Practicum 3: Mercadotecnia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2230 / MAT2252 / MER2238 / INT3225 Competencia: 13	
BLOQUE PROFESIONAL OBLIGATORIO, asignaturas de Métodos Cuantitativos	Clave: MAT1201 Matemáticas para negocios Créditos: 9 Horas: 4.5 Pre-requisito: *Por sistema MATD002 Competencia: 1	Clave: MAT2245 Cálculo diferencial e integral Créditos: 9 Horas: 4.5 Pre-requisito: MAT1201 Competencia: 2	Clave: MAT2246 Estadística descriptiva y probabilidad Créditos: 9 Horas: 4.5 Pre-requisito: MAT1201 Competencia: 3	Clave: MAT2247 Estadística inferencial y pronóstico Créditos: 9 Horas: 4.5 Pre-requisito: MAT2246 Competencia: 4	Clave: MAT2248 Matemáticas financieras Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1		Clave: FIN2222 Investigación de operaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MAT2246 Competencia: 9		
BLOQUE PROFESIONAL OBLIGATORIO, asignaturas económico-administrativas	Clave: ECO1201 Fundamentos de microeconomía Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1	Clave: ECO2203 Fundamentos de macroeconomía Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ECO2250 Economía empresarial Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ECO1201 Competencia: 3	Clave: ECO2208 Economía internacional Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ECO2203 Competencia: 4		Clave: FIN2217 Administración financiera I Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MAT2248 Competencia: 2	Clave: FIN2218 Administración financiera II Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FIN2217 Competencia: 4	Clave: FIN2215 Evaluación de proyectos de inversión Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FIN2218 Competencia: 5	
	Clave: ADM1201 Empresa y su entorno Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1	Clave: NEI2208 Negocios internacionales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DER2203 Derecho y empresa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5, 8						Clave: ADM2242 Habilidades de liderazgo en economía y negocios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FIN2217 Competencia: 12
	Clave: CON1201 Fundamentos de contabilidad Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1	Clave: CON2206 Contabilidad intermedia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: CON1201 Competencia: 2	Clave: ADM2212 Innovación y creatividad Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 12	Clave: INT2263 Practicum 1: Economía y negocios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: CON2206 Competencia: 7	Clave: CON2208 Contabilidad gerencial Créditos: 9 Horas: 4.5 Pre-requisito: INT2263 Competencia: 5				Clave: FIL2213 Ética profesional en los negocios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 7

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA PLAN 2010									
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	Créditos
BLOQUE PROFESIONAL ELECTIVO (elige materias del catálogo de tu carrera que se muestra abajo)					Electiva 1 Créditos: 6 Horas: 3	Electiva 3 Créditos: 6 Horas: 3			24
					Electiva 2 Créditos: 6 Horas: 3	Electiva 4 Créditos: 6 Horas: 3			
HUMANIDADES	Clave: HUM1201 Introducción a los estudios universitarios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2204 Historia del pensamiento Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2201 Antropología fundamental Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2202 Ética y bioética Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2201 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2203 Historia de Occidente Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2204 Competencia Anáhuac: 1	Clave: FIL2202 Responsabilidad social Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2205 Persona y trascendencia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia Anáhuac: 1		48
HUMANIDADES	Clave: COM1201 Habilidades de comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1								48
ESTUDIOS GENERALES	Para cubrir el Bloque electivo Anáhuac puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos de la oferta institucional vigente	Electiva I Competencia Anáhuac: 2	Electiva II Competencia Anáhuac: 2	Electiva III Competencia Anáhuac: 2			Electiva V Competencia Anáhuac: 2		15
	Créditos 45	42	42	45	51	48	45	36	354
	Materias 7	7	7	8	8	8	8	6	59
Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)									354

* El alumno deberá acreditar previamente el examen de selección de matemáticas o el curso de nivelación o bien Matemáticas Básicas.

A continuación se muestran las materias del BLOQUE PROFESIONAL ELECTIVO DE TU CARRERA, entre las cuales puedes seleccionar las materias que desees cursar

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA PLAN 2010									
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	Créditos
CATÁLOGO DE MATERIAS ELECTIVAS PROFESIONALES, diploma: Estrategias Publicitarias		Clave: PUB2201 Creatividad e innovación publicitaria Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3, 5, 11, 12, 14	Clave: MER2248 Planeación de medios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2251 Competencia: 14	Clave: MER2250 Teoría de la imagen Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2251 Competencia: 14	Clave: MER2249 Publicidad estratégica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2233 Competencia: 14	Clave: MER2268 Relaciones públicas Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2233 Competencia: 14			24
	CATÁLOGO DE MATERIAS ELECTIVAS PROFESIONALES, diploma: Mercadotecnia Aplicada	Clave: MER2247 Mercadotecnia verde Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2233 Competencia: 14	Clave: MER2245 Mercadotecnia política Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2233 Competencia: 14	Clave: MER2246 Mercadotecnia social Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2233 Competencia: 14	Clave: MER2244 Mercadotecnia para el sector financiero Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2233 Competencia: 14	Clave: MER2243 Mercadotecnia de eventos especiales y deportivos Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2233 Competencia: 14			
CATÁLOGO DE MATERIAS ELECTIVAS PROFESIONALES, diploma: Mercadotecnia (para la carrera Dirección y Administración de Empresas)			Clave: MER2251 Conducta del consumidor Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2210 Competencia: 2	Clave: MER2235 Investigación de mercados cualitativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2251 Competencia: 4	Clave: MER2233 Gestión estratégica de mercados Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2210 Competencia: 3	Clave: MER2229 Comunicación integral de mercadotecnia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2233 Competencia: 11			24
CATÁLOGO DE MATERIAS ELECTIVAS PROFESIONALES, diploma: Mercadotecnia (para la carrera: Economía)		Clave: MER2210 Mercadotecnia fundamental Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1	Clave: MER2251 Conducta del consumidor Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2210 Competencia: 2	Clave: MER2235 Investigación de mercados cualitativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2251 Competencia: 4	Clave: MER2233 Gestión estratégica de mercados Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2210 Competencia: 3	Clave: MER2229 Comunicación integral de mercadotecnia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2233 Competencia: 11			30
CATÁLOGO DE MATERIAS ELECTIVAS PROFESIONALES, diploma: Mercadotecnia (para las carreras: Finanzas y Negocios Internacionales)			Clave: MER2251 Conducta del consumidor Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2210 Competencia: 2	Clave: MER2235 Investigación de mercados cualitativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2251 Competencia: 4	Clave: MER2233 Gestión estratégica de mercados Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2210 Competencia: 3	Clave: MER2229 Comunicación integral de mercadotecnia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2233 Competencia: 11			24
CATÁLOGO DE MATERIAS ELECTIVAS PROFESIONALES, otras asignaturas									24

Competencias Anáhuac

1. Reconoce y opta por la verdad como característica de una razón abierta a la realidad y a la verdad del hombre en todas las dimensiones: cuerpo – alma, inteligencia, voluntad, afectividad, intersubjetividad, historicidad, libertad, responsabilidad, conciencia, moralidad y apertura a la trascendencia.
2. Establece relaciones interpersonales que favorecen el trabajo en equipo y el desarrollo de su liderazgo de servicio, de una forma empática y respetuosa en diferentes ambientes sociales y culturales
3. Elabora y transmite mensajes escritos y orales de forma correcta, estructurada, clara y eficaz tanto en la lengua materna como en lengua extranjera, respetando los aspectos culturales asociados a ellas.

Competencias profesionales

1. Evalúa el funcionamiento de la empresa relacionado al producto, marca y servicio que se ofrece a la sociedad, mediante la información del mercado y métricas internas con apego a la verdad
2. Interpreta y genera informes analíticos con visión estratégica en base a las mejores prácticas de responsabilidad social de la industria, la competencia y los consumidores. Establece relaciones interpersonales que favorecen el trabajo en equipo y el desarrollo de su liderazgo de servicio, de una forma
3. Diseña e instrumenta con visión estratégica programas de mercadotecnia para segmentos tanto industriales como del consumidor, atendiendo al bienestar del consumidor y de la sociedad
4. Genera nuevas oportunidades de negocio que se caractericen por su ética y responsabilidad social y que deriven de la investigación e identificación de nuevos mercados nacionales e internacionales.
5. Toma decisiones oportunas y planea los proyectos de Mercadotecnia a partir del uso eficiente de los sistemas de información
6. Obtiene e interpreta información del consumidor, competencia, empresa e industria diseñando y utilizando herramientas cuantitativas y cualitativas con una visión ética.
7. Planea y establece metas cuantitativas y financieras en relación a los productos, marcas y servicios que ofrecen las empresas pensando en el bien de la empresa y la sociedad
8. Utiliza de forma eficiente y con apego a la legalidad las principales tendencias de innovación tecnológica que impactan al área de mercadotecnia
9. Satisface al consumidor optimizando cadenas de agregación de valor en la entrega de productos y servicios de calidad de manera que cumplan con un enfoque de responsabilidad social
10. Implementa las herramientas del Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza y Promoción) como consecuencia de un análisis y planeación estratégica de manera ética y con apego al bienestar de la sociedad.
11. Planea e implementa con visión estratégica y con ética los medios de comunicación y promoción que van dirigidos al consumidor y a la sociedad.
12. Elabora planes estratégicos de mercadotecnia y conduce su instrumentación con la flexibilidad que impone la dinámica y volatilidad de la economía global con apego a los principios de la ética.
13. Evalúa las acciones estratégicas del área de Mercadotecnia generando diferentes métricas que le permitan entender su beneficio para la empresa y la sociedad.
14. Analiza e implementa planes estratégicos de Mercadotecnia en empresas de servicios, de consumo e industriales pertenecientes a diferentes contextos sociales, culturales, nacionales e internacionales basándose en la responsabilidad social y la ética.