

LMAN

Licenciatura en Mercadotecnia y Analítica de Negocios

324 CRÉDITOS

9 SEMESTRES / 54 MATERIAS

Ejes de formación

- UDEM
Obligatorias
- CONOCIMIENTOS GENERALES
Optativas
- PROFESIONAL
Obligatorias
- INTERDISCIPLINARIA
Optativas

1 SEMESTRE 36 créditos	2 SEMESTRE 36 créditos	3 SEMESTRE 36 créditos	4 SEMESTRE 36 créditos	5 SEMESTRE 42 créditos
FM1013 / 6 CR Ciencia y tecnologías emergentes	AD1007 / 6 CR Innovación y emprendimiento	HU2026 / 6 CR Ética social cristiana	CS1004 / 6 CR Pensamiento de futuros sociales	HU2025 / 6 CR Antropología filosófica
OPTATIVA / 6 CR Conocimientos generales	OPTATIVA / 6 CR Conocimientos generales	OPTATIVA / 6 CR Conocimientos generales	OPTATIVA / 6 CR Conocimientos generales	OPTATIVA / 6 CR Conocimientos generales
AD1420 / 6 CR Mercadotecnia	FM1031 / 6 CR Estadística aplicada a los negocios	AD2437 / 6 CR Investigación de mercados	AD2433 / 6 CR Técnicas cualitativas de investigación	AD3023 / 6 CR Estrategia digital e inteligencia artificial para mercadotecnia
AD1009 / 6 CR Liderazgo basado en la dignidad humana	DE1001 / 6 CR Entorno legal en la mercadotecnia	AD2003 / 6 CR Mercadotecnia con impacto social	EC2442 / 6 CR Pronósticos de negocios	AD3012 / 6 CR Flexible
EC1002 / 6 CR Economía para negocios	AD2123 / 6 CR Comportamiento del consumidor	AD2004 / 6 CR Sistemas inteligentes para mercadotecnia	CO1045 / 6 CR Análisis financiero	AD3406 / 6 CR Retailing
AD1014 / 6 CR Marketing global y estrategia de mercado	CO1013 / 6 CR Información financiera en los negocios	CO2004 / 6 CR Costos y rentabilidad en mercadotecnia	AD2002 / 6 CR Diseño de experiencias del cliente	AD3104 / 6 CR Comunicación profesional en inglés para marketing
				AD1012 / 6 CR Herramientas y tendencias tecnológicas en negocios

6 SEMESTRE 36 créditos	7 SEMESTRE 36 créditos	8 SEMESTRE 36 créditos	9 SEMESTRE 30 créditos
AD1008 / 6 CR Habilidades gerenciales y de presentación	OPTATIVA / 6 CR Formación interdisciplinaria	OPTATIVA / 6 CR Formación interdisciplinaria	OPTATIVA / 6 CR Formación interdisciplinaria
AD2238 / 6 CR Comunicación de mercadotecnia y promoción de ventas	OPTATIVA / 6 CR Formación interdisciplinaria	OPTATIVA / 6 CR Formación interdisciplinaria	OPTATIVA / 6 CR Formación interdisciplinaria
EC2211 / 6 CR Estrategias y técnicas de precios	AD2351 / 6 CR Mercadotecnia analítica y gestión de relaciones con cliente	AD2241 / 6 CR Comunicación integral de mercadotecnia	AD2319 / 6 CR Innovación y desarrollo de nuevos productos y servicios
AD3018 / 6 CR Modelos de decisión y analítica de mercadotecnia	AD4002 / 6 CR Estrategia comercial y canales de mercado	AD4035 / 6 CR Inteligencia de mercado y competencia	AD2362/ 6 CR Planeación estratégica de mercados
AD2361 / 6 CR Mercadotecnia internacional	AD4026 / 6 CR Decisiones de inversión en mercadotecnia	AD3236 / 6 CR Mercadotecnia entre negocios	AD3459 / 6 CR Programa de evaluación final II del programa de mercadotecnia internacional
AD3457 / 6 CR Prácticas profesionales intensivas del programa de mercadotecnia internacional	AD2363 / 6 CR Posicionamiento y administración de marca	AD3458 / 6 CR Programa de evaluación final I del programa de mercadotecnia internacional	REQ. AD3458