

## MTE Mercadotecnia y tecnologías estratégicas

### Perfil de ingreso



Desarrollarás la capacidad de diseñar y proponer técnicas de comercialización de productos y/o servicios, investigación de mercados, relaciones públicas, imagen corporativa y política, publicidad y construcción de marca mediante el uso de medios digitales y tecnología de vanguardia.

### Perfil de egreso

El egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia y tecnologías estratégicas aplicará los procesos de despacho aduanero dentro del marco jurídico de los regímenes aduaneros, planeará y diseñará las estrategias para la internacionalización de mercancías objeto de comercio exterior, seleccionará los medios adecuados de transporte y los productos, con base en las necesidades de tiempo, espacio, costo, seguridad y disposición. Identificará las especificaciones técnicas de envase y embalaje de los productos para su transportación. Aplicará las herramientas, estrategias y técnicas para planear, organizar, dirigir y negociar estratégicamente la operatividad del comercio internacional. Formulará contratos para el comercio internacional de bienes y servicios, con base en las leyes y reglamentos de comercio exterior, así como en los acuerdos y tratados internacionales de México con otros países, para lo cual establece los niveles de integración exigibles, beneficios, reservas y aplicaciones de los tratados de libre comercio.



# Mercadotecnia y tecnologías estratégicas

## Plan de estudios

R.V.O.E. 992196

### Primer periodo

Temas elementales de administración.  
Contabilidad general  
Normatividad de negocios  
Técnicas de oralidad y escritura  
Introducción al marketing  
Micro y macroeconomía

### Segundo periodo

Administración y planeación de la mercadotecnia  
Social media y comportamiento del consumidor  
Métodos y técnicas de investigación  
Ética y valores  
Marketing de productos y servicios  
TIC en las organizaciones

### Tercer periodo

Marketing estratégico y nuevas tecnologías aplicadas  
Derecho mercantil  
Tendencias tecnológicas  
Investigación de mercados  
Estadística aplicada

### Cuarto periodo

Marketing digital y community manager

Teoría de la publicidad  
Ventas estratégicas y comercialización  
Desarrollo de marcas  
Liderazgo y emprendedurismo  
Creatividad y desarrollo de nuevos productos y servicios

### Quinto periodo

Neuromarketing y semiótica de mercadotecnia  
Formulación y evaluación de proyectos  
Plan de medios y publicidad digital  
Diseño publicitario y multimedia  
Estrategia de precios  
Software para proyectos digitales

### Sexto periodo

Marketing internacional  
Publicidad internacional y estrategias de promoción  
Plan de negocios  
Estrategias de fidelización  
Comercialización y legalidad en plataformas digitales  
Comercio electrónico y creación de aplicaciones móviles

### Séptimo periodo

Marketing educativo  
Toma de decisiones  
Gestión y manejo de recursos  
Relaciones públicas  
Marketing y responsabilidad social  
Gestión de imagen pública y corporativa

### Octavo periodo

Dirección estratégica  
Marketing turístico  
Seminario de investigación I  
Desarrollo y tutoría de proyecto emprendedor  
Innovación tecnológica en entornos globales  
Gestión de ingresos y beneficios

### Noveno periodo

Marketing político y electoral  
Calidad en el servicio y gestión de expectativas del cliente  
Distribución y logística  
Seminario de investigación II  
Edición digital de imágenes