



BENEFICIOS DE ESTUDIAR UNA LICENCIATURA EN UNILA

Contamos con un Modelo Pedagógico basado en competencias.
Somos una Institución de Calidad, acreditada por FIMPES.

Tenemos recursos académicos y didácticos que facilitan el estudio y la comprensión de las materias del plan de estudios.

Inculcamos una actitud analítica y con alto sentido social, congruente con las necesidades personales y las del país.

Tenemos una experiencia educativa de 50 años.

Mercadotecnia y Publicidad

LOS EXPERTOS NO NACEN,
LOS HACEMOS.

SÉ UNILA

Campus en CDMX

Sur (55) 9171 9670

Pedro Henríquez Ureña 173, Col. Los Reyes
Del. Coyoacán, México DF.

Roma (55) 3640 0870

Chihuahua 202,
Col. Roma, Del. Cuauhtémoc, México DF.

Campus en Morelos

Cuernavaca (777) 160 1020 al 49

Vicente Guerrero 1806, Col. Las Maravillas,
Cuernavaca, Morelos.

Cuatla (735) 352 4697

Carretera Federal México-Oaxaca 1060,
Col. Hermenegildo Galeana, Cuatla, Morelos.



UnilaEduMx
www.unila.edu.mx



UNILA
Universidad Latina



LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

Roma (SEP RVOE 2003107)
Sur (SEP RVOE 2022080)
Cuernavaca (SEP RVOE 20123009)
Cuautla (SEP RVOE 20123008)

Objetivo:

Brindar la formación profesional que permita generar estrategias de mercado innovadoras y diseñar campañas publicitarias creativas y con sentido social, que atiendan a las necesidades de los consumidores potenciales en cumplimiento de los objetivos sociales y comerciales de las empresas que representan.

Como aspirante deberá:

- Responsabilidad hacia el compromiso de ser un profesionista.
- Respeto por la diversidad cultural, intelectual y de género.
- Actitud proactiva para generar cambios y proponer proyectos creativos e innovadores.
- Inclínación hacia la superación personal y el trabajo en equipo.

Perfil para cursar la Licenciatura:

- Habilidad para negociar y comunicarse en forma oral y escrita.
- Capacidad de investigación, análisis y síntesis.
- Creatividad.

Siendo profesionista tendrá como campo laboral:

- Diversas Áreas de Comunicación del sector público y privado.
- Empresas productoras.
- Agencias publicitarias.
- Empresas y agencias de mercadotecnia.
- Asesoría y consultoría profesionales.
- Docencia.

PERFIL DEL EGRESADO

El egresado será competente para:

- Manejar la mercadotecnia y la publicidad desde su planeación y ejecución estratégicas, hasta la selección, operación y administración de los recursos mediáticos.
- Aplicar los procesos y recursos necesarios para identificar y crear lo que el consumidor quiere, desea y necesita; distribuirlo en forma tal que esté a su disposición en el momento oportuno, en el lugar preciso y al precio más adecuado.
- Analizar teórica y metodológicamente los fenómenos sociales, políticos y económicos que involucran a la mercadotecnia y la publicidad, buscando el beneficio social y empresarial.
- Actuar con responsabilidad y ética ante los retos que habrá de enfrentar.

Opciones de Titulación:

Para obtener el Título Profesional, los egresados podrán seleccionar alguna de las siguientes opciones de titulación establecidas en el Reglamento Escolar de la Universidad.

- Tesis.
- Diplomado.
- Examen General de Conocimientos.
- Titulación por Examen General de Egreso CENEVAL.
- Titulación por informe de Servicio Social.
- Estudios de Posgrado.
- Diseño de un Sistema o Proyecto para una Organización.
- Informe de Experiencia Profesional.
- Alto Rendimiento Académico.
- Excelencia Académica.

Trámite de Titulación:

- Acreditación del idioma inglés.
- Liberación del Servicio Social.
- Obtención del 100% de créditos de la Licenciatura.
- Elección de la opción de titulación.
- Pagar los Derechos y Trámites de Titulación.



PLAN DE ESTUDIOS

Nueve Cuatrimestres

INCORPORACIÓN:

Roma (SEP RVOE 2003107)
Sur (SEP RVOE 2022080)
Cuernavaca (SEP RVOE 20123009)
Cuautla (SEP RVOE 20123008)

PRIMER CUATRIMESTRE

- Introducción a la Mercadotecnia
- Introducción a la Publicidad
- Teoría de la Comunicación
- Taller de Creatividad
- Herramientas Digitales I
- Taller de Redacción

SEGUNDO CUATRIMESTRE

- Comportamiento del Consumidor
- Plan de Medios ATL
- Taller de Proyección Profesional
- Taller de Guionismo
- Herramientas Digitales II
- Fundamentos de la Administración

TERCER CUATRIMESTRE

- Sistemas de Distribución
- Plan de Medios BTL
- Microeconomía
- Producción de Medios Impresos
- Fotografía Publicitaria
- Administración de Empresas

CUARTO CUATRIMESTRE

- Franquicias, Marcas y Patentes
- Macroeconomía
- Contabilidad
- Producción Radiofónica
- Estadística
- Promoción de Ventas

QUINTO CUATRIMESTRE

- Investigación Cuantitativa de Mercados
- Estrategias de Comercialización
- Telemarketing
- Producción de Televisión
- Diseño Web
- Costos y Presupuestos

SEXTO CUATRIMESTRE

- Investigación Cualitativa de Mercados
- Mercadotecnia Digital
- Publicidad Exterior
- Producción para Audiovisuales
- Administración de Ventas
- Desarrollo de Stand, Ferias y Exposiciones

SÉPTIMO CUATRIMESTRE

- Relaciones Públicas.
- Publicidad Corporativa
- Mercadotecnia Directa
- Plan de Mercadotecnia
- Diseño Comercial
- Alta Dirección y Ética en los Negocios

OCTAVO CUATRIMESTRE

- Mercadotecnia de Servicios
- Gerencia de Marca
- Estrategia de Fijación de Precios
- Desarrollo de Productos
- Régimen Legal de la Mercadotecnia
- Mercadotecnia Industrial

NOVENO CUATRIMESTRE

- Mercadotecnia Política
- Mercadotecnia Social
- Estrategias de Comercialización Especializada
- Negocios Internacionales
- Habilidades del Director de Mercadotecnia
- Seminario de Tesis