



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

PLAN DE ESTUDIO 2019

Licenciatura en: Mercadotecnia Turnos: Matutino, Sabatino y Dominical

| PRIMER AÑO | | | | | | | | |
|----------------|---------------------|---------------|-----------------|----------------------|---------------|------------------|-------------------|---------------|
| I CUATRIMESTRE | | | II CUATRIMESTRE | | | III CUATRIMESTRE | | |
| Código | Prerrequisito | Prerrequisito | Código | Asignatura | Prerrequisito | Código | Asignatura | Prerrequisito |
| FB-01201-6 | Matemática Básica | | FB-02205-6 | Matemática Aplicada | FG-01201-6 | FB-03209-6 | Estadísticas I | |
| FG-01102-6 | Redacción Técnica I | | FG-02106-6 | Redacción Técnica II | FG-01102-6 | FB-03210-6 | Contabilidad I | FB-02205-6 |
| FG-01103-6 | Humanidades | | FB-02207-6 | Administración I | | FB-03211-6 | Administración II | FB-02207-6 |
| FB-01204-6 | Mercadeo I | | FB-02208-6 | Mercadeo II | FB-01204-6 | FP-03312-6 | Mercadeo III | |

| SEGUNDO AÑO | | | | | | | | |
|----------------|-----------------------|---------------|-----------------|-----------------------------------|---------------|------------------|------------------------------------|---------------|
| I CUATRIMESTRE | | | II CUATRIMESTRE | | | III CUATRIMESTRE | | |
| Código | Asignatura | Prerrequisito | Código | Asignatura | Prerrequisito | Código | Asignatura | Prerrequisito |
| FB-04213-6 | Estadísticas II | FB-03209-6 | FB-05217-6 | Macroeconomía | | FB-06221-6 | Metodología de la Investigación II | FB-052018-6 |
| FB-04214-6 | Contabilidad II | FB-032010-6 | FB-05218-6 | Metodología de la Investigación I | | FP-06322-6 | Mercadeo Internacional I | FB-02208-6 |
| FB-04215-6 | Microeconomía | | FB-05219-6 | Contabilidad de Costos | | FB-06223-6 | Inglés II | FB-05220-6 |
| FP-04316-6 | Mercadeo de Servicios | | FB-05220-6 | Inglés I | | FB-06224-6 | Derecho Empresarial | |

| TERCER AÑO | | | | | | | | |
|----------------|---------------------------|---------------|-----------------|-----------------------|---------------|------------------|----------------------------------|---------------|
| I CUATRIMESTRE | | | II CUATRIMESTRE | | | III CUATRIMESTRE | | |
| Código | Asignatura | Prerrequisito | Código | Asignatura | Prerrequisito | Código | Asignatura | Prerrequisito |
| FP-07325-6 | Investigación de Mercados | FP-06322-6 | FB-08229-6 | Finanzas | FB-07226-6 | FP-09333-6 | Técnicas de Negociación y Ventas | |
| FB-07226-6 | Matemáticas Financieras | | FB-08230-6 | Métodos Cuantitativos | | FB-09234-6 | Gerencia de Recursos Humanos | FB-03211-6 |
| FB-07227-6 | Inglés III | FB-06223-6 | FP-08331-6 | Gerencia de Ventas | | FP-09335-6 | Publicidad y Comunicación | |
| FP-07328-6 | Mercadeo Internacional II | | FP-08332-6 | Gerencia de Mercadeo | | FP-09336-6 | Gerencia de Calidad Total | |

| CUARTO AÑO | | | | | | | | |
|----------------|--|---------------|-----------------|-----------------------------|---------------|------------------|------------------------------|---------------|
| I CUATRIMESTRE | | | II CUATRIMESTRE | | | III CUATRIMESTRE | | |
| Código | Asignatura | Prerrequisito | Código | Asignatura | Prerrequisito | Código | Asignatura | Prerrequisito |
| FP-10337-6 | Estrategia y Política Empresarial | | FP-11340-6 | Desarrollo Organizacional | | FP-12344-6 | Marketing Digital | |
| FP-10338-6 | Mercadeo Estratégico I | | FP-11341-6 | Mercadeo Estratégico II | FP-10338-6 | FP-12345-6 | Seminario de la Especialidad | |
| FP-10339-6 | Formulación y Evaluación de Proyectos. | FB-08229-6 | FP-11342-6 | Creación de Nuevos Negocios | FP-10339-6 | FP-12346-6 | Estrategia Publicitaria | |
| | ----- | | FP-11343-6 | Administración de Proyectos | | | ----- | |

Por la característica de esta carrera, el estudiante requiere participar en seminarios de fortalecimiento, cursos de actualización y seminario taller, en las diferentes ramas de la Mercadotecnia, por cada cuatrimestre, con una inversión adicional.

Nota: El plan de estudio es susceptible a posibles modificaciones.



Por la característica de esta carrera, el estudiante requiere participar en seminarios de fortalecimiento, cursos de actualización y seminario taller, en las diferentes ramas de la Mercadotecnia, por cada cuatrimestre, con una inversión adicional.

Nota: El plan de estudio es susceptible a posibles modificaciones.