Mapa curricular del plan de estudios de la Especialización en Mercadotecnia

Tiempo completo

PRIMER SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE
Investigación de Mercados y Motivación de Compra Horas: 48 teóricas, 0 prácticas 6 créditos	**Optativa** Horas: 48 teóricas, 0 prácticas 6 créditos
Conducta del Consumidor Horas: 48 teóricas, 0 prácticas 6 créditos	**Optativa** Horas: 48 teóricas, 0 prácticas 6 créditos
Gerencia del Producto Horas: 48 teóricas, 0 prácticas 6 créditos	**Optativa** Horas: 48 teóricas, 0 prácticas 6 créditos
Relaciones públicas Horas: 48 teóricas, 0 prácticas 6 créditos	**Optativa** Horas: 48 teóricas, 0 prácticas 6 créditos

Seriación: Ninguna

Pensum académico:
384 hrs.

Total de horas teóricas: **384**

Total de horas prácticas: **0**

Total de actividades académicas: **8**

Total de actividades académicas obligatorias: **4**

Total de actividades académicas optativas: **4**

Total de créditos: **48**

ACTIVIDADES ACADÉMICAS OPTATIVAS
Manejo de Territorio o Piso de Venta
Plan de Publicidad
Segmentación de Mercados
Estudios Antropológicos del Comportamiento del Consumidor
Las Técnicas Cualitativas en la Investigación de Mercados
Administración de Marca
Pronóstico de Ventas
SPSS como Herramienta Básica de la Mercadotecnia

CAMPOS DE CONOCIMIENTO
Mercadotecnia
Matemáticas Aplicadas