



EN UBAM te beneficias con:

- 7 Opciones de Titulación
- Sistema de Becas
- Inglés en todas las Carreras
- Infraestructura de primer nivel
- Actividades Culturales, Deportivas y Recreativas
- Transporte Escolar a la Institución
- Conferencias
- Talleres
- Exposiciones
- Excelente ambiente

y muchas cosas más.

#### Requisitos de Ingreso:

- Solicitud de Admisión.
- Certificado de Secundaria (Original y copia).
- Certificado de Educación Media Superior (Original y copia).
- Acta de Nacimiento (Original y copia).
- 6 Fotografías tamaño infantil a color.
- Inscripción.
- Copia de la CURP.
- Asistir a la sesión informativa.

#### Procedimiento de Inscripción:

1. Tramitar tu ficha para asistir a la sesión informativa
2. Asistir a la sesión informativa en las fechas indicadas (Sin costo).
3. Inscribirte en la fecha indicada en el curso propedéutico a la Licenciatura en Mercadotecnia y Publicidad
4. Inicio de cursos en Septiembre, Enero y Mayo.

### + INFORMES E INSCRIPCIONES EN:

Av. 5 de Mayo S/N, Barrio Tepanquihauac, Teoloyucan, Estado de México. C.P. 54770.

Tels: 01 (593) 10 200 00  
01 (593) 10 200 01  
01 (593) 91 405 01

De Lunes a Viernes de 8:00 a 19:00 hrs.  
y Sábados de 8:00 a 14:00 hrs.

informes@ubam.edu.mx  
www.ubam.edu.mx

Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE\*), otorgado por la Secretaría de Educación Pública, según acuerdo número 20080806 de fecha 27 de Mayo del 2008  
Consúltalo en: www.sep.gob.mx

# Licenciatura en Mercadotecnia y Publicidad

RVOE No. 20080806 del 27 de Mayo del 2008



"Constancia, Unidad y Trabajo"  
Desde 1987

## Licenciatura en Mercadotecnia y Publicidad

La actividad económica que desarrolla un país se tiene que ver reflejada en la calidad de vida de sus habitantes. La promoción de un nuevo producto o servicio, implica la creación de nuevas micro, pequeñas o medianas empresas que contribuyen al movimiento del mercado económico. Sin embargo, hoy en día no podemos concebir la introducción de estos productos o servicios sin la debida difusión, para su permanencia en el mercado. Lo anterior llevó a esta casa de estudios a consolidar una carrera que coadyuvará en lograr esto último, pero con una formación dual tanto en la comunicación persuasiva: la publicidad, como en la dirección de la mercadotecnia, sumando el dominio en el idioma inglés.

### Objetivo de la Carrera

Formar profesionales con las herramientas necesarias para comprender y resolver los problemas de ubicación, tipo de productos y formas de comercialización necesarias para el mejor desempeño de una actividad productiva.

### Perfil del Aspirante

- Ser líder, persuasivo e innovador.
- Gusto por el trato con las personas.
- Buenos hábitos de estudio.
- Gusto por el conocimiento de otras lenguas.
- Hábil para el manejo de la computadora.
- Analítico, crítico y expresivo.

### Perfil del Egresado

El Licenciado en Mercadotecnia y Publicidad egresado de la Universidad Bancaria de México, contará con las capacidades profesionales siguientes:

- Una sólida preparación mercadológica-publicitaria, visión de conjunto y un enfoque sistémico de la organización.
- Operar las acciones financieras y mercantiles de organizaciones productivas, con capacitación en Economía, Relaciones Industriales, Finanzas, Investigación de Mercados y Administración Aplicada.
- Utilizará las técnicas de comunicación persuasiva en el público, para introducir o reforzar un producto o servicio.
- Realizará análisis de mercados, proyecciones mercadológicas y planes generales de mercadotecnia.

## LMP



### Plan de estudios

#### Primer Cuatrimestre

Fundamentos de Mercadotecnia  
Informática Básica  
Introducción a la Publicidad  
Teoría de la Comunicación  
Seminario de Estrategias y Habilidades de aprendizaje  
Taller de Lectura y Comunicación Escrita en Español  
Inglés I

#### Segundo Cuatrimestre

Análisis del Consumidor  
Administración  
Promoción  
Fundamentos de Derecho  
Matemáticas Financieras  
Taller de Comunicación Oral y Expresión Corporal  
Inglés II

#### Tercer Cuatrimestre

Segmentación de Mercados  
Administración de la Mercadotecnia  
Diseño Vectorial  
Producción Publicitaria de Medios Impresos  
Estadística Descriptiva  
Vida Profesional, Nutrición y Salud  
Inglés III

#### Cuarto Cuatrimestre

Investigación de Mercados I  
Microeconomía  
Software de Edición de Video  
Producción Publicitaria en Televisión  
Estadística Inferencial  
Metodología Cuantitativa de Investigación  
Inglés IV

#### Quinto Cuatrimestre

Investigación de Mercados II  
Desarrollo de Nuevos Productos  
Macroeconomía  
Producción Publicitaria en radio  
Investigación de Operaciones  
Metodología Cualitativa de la Investigación  
Inglés V

#### Sexto Cuatrimestre

Estrategias de Precio  
Administración de Ventas  
Aplicaciones Web  
Publicidad y Promoción por Internet  
Relaciones Públicas  
El Saber Ser: Fe, Ética y Valores  
Inglés VI

#### Séptimo Cuatrimestre

Distribución y Logística  
Administración de Personal  
Mercadotecnia de Servicios  
Derecho Laboral  
Fundamentos de Contabilidad  
Solución de Problemas y Toma de Decisiones  
Inglés VII

#### Octavo Cuatrimestre

Estrategias de Mercadotecnia  
Mercadotecnia Industrial  
Posicionamiento  
Planeación de Campañas Publicitarias  
Costos  
Taller de Innovación y Creatividad  
Inglés VIII

#### Noveno Cuatrimestre

Mercadotecnia Digital  
Marcas, Patentes y Franquicias  
Introducción a la Fotografía  
Presupuestos  
Taller de Emprendedores  
Inglés IX  
Seminario de Titulación I

#### Décimo Cuatrimestre

Mercadotecnia Política  
Manejo y Retoque de Imágenes Digitales  
Fotografía Digital  
Finanzas  
Liderazgo y Manejo de Personal  
Responsabilidad Social, Medio Ambiente y Profesión  
Seminario de Titulación II

#### Undécimo Cuatrimestre

Mercadotecnia Internacional  
Administración de Compras  
Diseño de Imagen Personal y Corporativa  
Derecho mercantil  
Comercio Internacional  
Procesos de Calidad Organizacional  
Seminario de Titulación III

### Campo Laboral

El Licenciado en Mercadotecnia y Publicidad, como profesional egresado de la Universidad Bancaria de México, podrá laborar en:

- Empresas Radiofónicas y Televisivas.
- Empresas mercadológicas o de promoción, introducción o reforzamiento de mercado de productos comerciales o de servicios.
- Agencias de publicidad o de servicios.
- Empresas de Diseño Gráfico que se dediquen a la manufactura de productos o servicios comerciales.
- Diseño, planeación y administración de planes generales de mercadotecnia.
- Estudios y proyecciones de mercado de productos o servicios.
- En el departamento de Mercadotecnia y Publicidad de empresas grandes, macro y multinacionales, entre otras.