



Objetivos y descripción de la carrera.

Los objetivos de la carrera de Mercadotecnia son:

- Preparar profesionales que posean los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para tomar decisiones de mercadotecnia que contribuyan al logro de los objetivos de las empresas, tanto industriales como de servicio.
- Preparar profesionales que, además de ser expertos en mercadotecnia, dominen las demás áreas funcionales de la administración, tales como recursos humanos, producción, finanzas, de manera que puedan operar satisfactoriamente desde la gerencia general o área funcional de la empresa.

Estructura del plan de estudio.

La licenciatura en mercadotecnia tendrá una duración de cuatro años, distribuidos en ocho semestres y cuatro veranos. Al finalizar la carrera, el (la) estudiante que haya cumplido con todos los requisitos de la misma y de la Universidad, recibirá el título de Licenciado (a).

Campo de trabajo.

El (la) licenciado (a) en mercadotecnia tiene un amplio campo de trabajo con muy buenas perspectivas de crecimiento profesional y económico. Pueden ejercer sus funciones tanto en el sector privado como en el público y en una diversidad de empresas tales como industrias, comercios e instituciones de servicio sin fines de lucro.

Puede desempeñarse en la gerencia de mercadeo, de marca, de producto, de venta, de publicidad, de medios, del área de investigación de mercados, entre otros.

El pénsum de la licenciatura en mercadotecnia está diseñado de tal forma que los profesionales de esta área puedan manejarse eficientemente en el área de gerencia general, de operaciones de recursos humanos y finanzas, además pueden crear su propia empresa o brindar servicios de asesoría en mercadeo.

Una característica singular de esta carrera es que además de formar profesionales de la mercadotecnia, proveerá de una formación sólida en la administración de empresa. Esto ayudará a los profesionales de la mercadotecnia a tomar decisiones acordes con la organización como un todo, a la vez que podrán desempeñarse en cualquier otra área funcional de la empresa.



PUCMM

Pontificia Universidad Católica
Madre y Maestra

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS

Licenciatura en Mercadotecnia.

Pensum Licenciatura en Mercadotecnia.

CLAVE	ASIGNATURA	T	P	C
Año: 1 Período: 1				
COC-E01-T*	Electiva Cocurricular	0	2	1
FIL-121-T	Introducción a la Filosofía	3	0	3
HG-101-T	Historia de la Cultura Occidental	3	0	3
ILE-101-T	Inglés Introductorio I	5	0	0
ISC-345-T	Informática Aplicada	2	2	3
LET-101-T	Español I	4	0	4
MAT-101-T	Matemática Universitaria I	5	0	5
ORI-101-T	Orientación Académica	1	0	1
Total de Créditos:		20		
Año: 1 Período: 2				
ADM-111-T	Teoría Organizacional	4	0	4
CB-E01-T*	Electiva de Ciencias Básicas	3	0	4
CB-E01-P*	Lab. Electiva Ciencias Básicas	0	2	0
HG-103-T	Introducción a la Historia Dominica	3	0	3
ILE-102-T	Inglés Introductorio II	5	0	0
LET-102-T	Español II	4	0	4
MAT-102-T	Matemática Universitaria II	5	0	5
Total de Créditos:		20		
Año: 1 Período: 3				
EC-210-T	Introducción a la Economía	4	0	4
ILE-201-T	Inglés Intermedio I	5	0	0
MAT-207-T	Cálculo I para Negocio	5	0	5
MCT-211-T	Mercadeo I	3	0	3
Total de Créditos:		12		
Año: 2 Período: 1				
ADM-236-T	Métodos Cuantitativos para Negoc. I	3	0	3
ADM-236-P	Lab. ADM-236	0	2	1
CNT-223-T	Contabilidad General	3	0	3
CNT-243-T	Análisis Computarizado de CNT-223	2	0	2
EC-212-T	Microeconomía I	4	0	4
ILE-202-T	Inglés Intermedio II	5	0	0
MCT-212-T	Mercadeo II	3	0	3
PSI-102-T	Psicología General	3	0	3
Total de Créditos:		19		
Año: 2 Período: 2				
ADM-237-T	Métodos Cuantitativos para Neg II	3	0	3
ADM-237-P	Lab ADM-237	0	2	1
ADM-351-T	Int.a la Investigación en Negocios	3	0	3
CNT-324-T	Contabilidad de Gestión	3	0	3
CNT-342-T	Análisis Computarizado CNT-324	2	0	2
COM-210-T	Comunicaciones Organizacional	3	0	3
ET-E01-T*	Electiva Estudios Teológicos I	2	0	2
ILE-301-T	Inglés Avanzado I	5	0	0
MCT-363-T	Introducción de Nuevos Productos	3	0	3
Total de Créditos:		20		

CLAVE	ASIGNATURA	T	P	C
Año: 2 Período: 3				
COM-205-T	Clínica de Oratoria	2	2	3
ILE-302-T	Inglés Avanzado II	5	0	0
MCT-351-T	Investigación de Mercados I	3	0	3
MCT-473-T	Canales de Distribución	3	0	3
MCT-213-T	Com. Integrada de Marketing	3	0	3
TSS-102-T	Introd. Sociología	3	0	3
Total de Créditos:		15		
Año: 3 Período: 1				
ADM-231-T	Matemáticas Financieras	4	0	4
ADM-324-T	Gerencia de Operaciones	3	0	3
ET-E02-T*	Electiva Estudios Teológicos II	2	0	2
ILE-311-T	Conversación Avanzada	4	0	4
MCT-223-T	Comportamiento del Consumidor	3	0	3
MCT-352-T	Investigación de Mercados II	3	0	3
MCT-332-T	Publicidad	3	0	3
Total de Créditos:		22		
Año: 3 Período: 2				
ADM-213-T	Comportamiento Organizacional	3	0	3
ADM-325-T	Estrategia Competitiva	3	0	3
COM-206-T	Diseño de Imagen Gráfica	2	2	3
COM-333-T	Relaciones Públicas e Identidad Org.	3	0	3
COM-334-T	Relaciones Públicas	3	0	3
ILE-322-T	Redacción Académica	4	0	4
MCT-471-T	Mercadeo de Servicios	3	0	3
MCT-342-T	Política de Precios	3	0	3
Total de Créditos:		25		
Año: 3 Período: 3				
ADM-413-T	Presupuesto	4	0	4
EC-412-T	Preparación y Evaluación de Proyectos	3	0	3
FIL-366-T	Ética Profesional de los Negocios	3	0	3
ILE-491-T	Inglés Empresarial	4	0	4
MCT-482-T	Estrategia de Mercadeo	3	0	3
Total de Créditos:		20		
Año: 4 Período: 1				
DER-213-T	Derecho Empresarial I	3	0	3
MCT-413-T	Mercadeo Global	3	0	3
MCT-343-T	Gerencia de Ventas	3	0	3
MCT-491-T	Propuesta TIP	3	0	3
MCT-415-T	Pasantía Empresarial de MCT	0	2	1
MCT-E11-T	Electiva I para MCT	3	0	3
MCT-E12-T	Electiva II para MCT	3	0	3
Total de Créditos:		19		
Año: 4 Período: 2				
MCT-492-T	Trabajo de Investigación Profesional	4	0	4
MCT-E13-T	Electiva III para MCT	3	0	3
MCT-E14-T	Electiva IV para MCT	3	0	3
MCT-E15-T	Electiva V de MCT	3	0	3
MCT-E16-T	Electiva VI para MCT	3	0	3
Total de Créditos:		16		
Total General de Créditos:		208		

