

SEMESTRE	BLOQUE DE FORMACIÓN INTEGRAL DEL MODELO EDUCATIVO MARISTA				BLOQUE DE FORMACIÓN PROFESIONAL								
	Formación Humana	Pensamiento crítico y conciencia social	Formación universitaria	Formación interdisciplinaria									
1	Humanística. Identidad universitaria Marista. Ser para Servir				Administración	Introducción a la empresa	Contabilidad financiera	Taller de identidad del mercadólogo Marista	Estructura y diseño de datos	Matemáticas para negocios	Marco jurídico en los negocios	Fundamentos de mercadotecnia	
2	Humanística. La persona y su compromiso con el entorno y la sociedad				Contabilidad empresarial	Finanzas de valuación	Taller de aplicaciones de sistemas de información	VARIABLES DE LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA	Taller de comunicación y presentaciones efectivas	Comunicación vectorial	Economía y la empresa		
3	Humanística. La persona y su compromiso con su ser trascendente	Desarrollo social	Optativa I		Contabilidad administrativa	Análisis de datos	Gestión y desarrollo de talento humano	Mercadotecnia estratégica I	Comunicación en mapa de bits	Macroeconomía y la empresa			
4	Humanística. La persona y su compromiso con el otro cercano	Pensamiento crítico	Optativa II		Taller de investigación y toma de decisiones	Finanzas en los negocios	Análítica empresarial	Mercadotecnia interna	Mercadotecnia estratégica II	Publicidad I			
5	Humanística. La persona y su compromiso consigo misma	Sistemas económicos y política pública	Optativa III	Interdisciplinaria. Dignidad humana	Pensamiento estratégico	Transformación digital	Inteligencia de mercados I	Mercadotecnia internacional	Publicidad II				
6				Interdisciplinaria. Ética	Inteligencia de mercados II	Imagen y relaciones públicas	Economía del comportamiento del consumo	Mercadotecnia digital	Creatividad, innovación y emprendimiento	Fuerza de ventas	Taller de producción publicitaria	Business elective 1	
7				Interdisciplinaria. Sostenibilidad	Fijación de precios	Promoción de ventas	Manejo estratégico de marca	Taller de liderazgo y negociación	Estrategias para la web	Mercadotecnia de servicios y experiencias	Business elective 2		
8				Interdisciplinaria. La vida de todos y todas	Métricas de mercadotecnia	Taller del mercadólogo como consultor	Adquisiciones e inventarios	Comercio electrónico	Optativa VII	Optativa VIII	Business elective 3		
9					Sistemas integrados de información	Plan de mercadotecnia	Dirección de medios digitales	Gerencia de marca	Canales de distribución y logística	Optativa IX	Optativa X	Optativa XI	

LÍNEAS DE FORMACIÓN

Decisiones estratégicas	Generación y manejo de datos	Promoción de consumo responsable	Planeación estratégica	Comunicación efectiva	Emprendimiento
-------------------------	------------------------------	----------------------------------	------------------------	-----------------------	----------------

OPTATIVAS DISCIPLINARES

Administración de empresas familiares	Administración de entidades financieras no bancarias	Administración de riesgos	Administración inmobiliaria	Atención al cliente y calidad en el servicio	Comercio exterior y trámites aduanales
Dirección comercial	Dirección financiera	Econometría financiera	Estrategias globales de los negocios	Finanzas corporativas	Finanzas globales
Finanzas internacionales	Franquicias en México	Geografía económica	Gestión de restaurantes	Gestión de ventas	Inglés para negocios
Manejo de crisis	Mercadotecnia de destinos turísticos	Mercadotecnia de restaurantes	Mercadotecnia política	Mercadotecnia social	Oportunidades de negocios alternativos
Protocolo y negociación internacional	Representación corporativa	Sociología y diseño	Taller de decisiones comerciales	Taller de habilidades directivas	Uso sustentable de recursos naturales

BUSINESS ELECTIVE (ELEGIR 3)

Global business strategy	Marketing management	Corporate communications
International franchises	Financial management	Sustainable use of natural resources
Consumer behavior	Marketing management	Sociology and design
Silk management workshop	Global business strategy	Sales management