

Plan de referencia

Este plan de referencia muestra un orden sugerido de cómo puedes cursar tus materias; mismas que podrán variar dependiendo el Campus en el que estudies y te permitirá hacer los ajustes que consideres convenientes al planear tus estudios.

01	02	03	04	05	06	07	08
Taller de mercadotecnia	Mercadotecnia fundamental	Conducta del consumidor	Mercadotecnia estratégica	Gerencia de marca	Estrategias en el punto de venta y mercadeo	Proyecto integrador de mercadotecnia I	Proyecto integrador de mercadotecnia II
3c	6c	6c	6c	6c	6c	6c	6c
Introducción a la empresa	Economía empresarial	Investigación de mercado cualitativa	Investigación de mercado cuantitativa	Innovación y estrategia de producto	Estrategias digitales I	Evaluación de proyectos de inversión	Tópicos de mercadotecnia global
6c	6c	6c	6c	6c	6c	6c	3c
Introducción a la economía	Análisis de datos I	Análisis de datos II	Investigación de operaciones	Análisis multivariable para la mercadotecnia	Gestión de la cadena de suministro	Estrategias digitales II	Análisis competitivo y estrategia
6c	6c	6c	6c	6c	6c	6c	6c
Matemáticas para negocios	Contabilidad intermedia	Economía internacional	Inglés para negocios	Cálculo para negocios	Estrategias de servicios	Estrategias de precio y métricas	Tecnologías de la información
9c	6c	6c	3c	6c	3c	3c	6c
Fundamentos de contabilidad	Asignatura Electiva Anáhuac	Contabilidad gerencial	Matemáticas financieras	Análisis de estados financieros	Administración financiera	Dirección estratégica de ventas (Regional)	Electiva profesional
6c	6c	9c	6c	6c	6c	6c	6c MINOR
Ser universitario	Antropología fundamental	Liderazgo y desarrollo personal	Electiva profesional	Comunicación integral de mercadotecnia (Regional)	Electiva profesional	Electiva profesional	Asignatura Electiva Anáhuac
6c	6c	6c	6c MINOR	6c	6c MINOR	6c MINOR	6c
Taller o actividad electiva	Taller o actividad electiva	Ética	Humanismo clásico y contemporáneo	Persona y trascendencia	Formación universitaria A	Formación universitaria B	Responsabilidad social y sustentabilidad
3c	3c	9c	6c	6c	3c	3c	6c
			Habilidades de emprendimiento	Emprendimiento e innovación	Liderazgo y equipos de alto desempeño	Asignatura Electiva Interdisciplinaria	Asignatura Electiva Interdisciplinaria
			3c	6c	3c	6c	6c
			Asignatura Electiva Interdisciplinaria		Taller o actividad electiva		
			6c		3c		
39c	39c	48c	48c	48c	45c	45c	45c

■ Bloque Profesional = 261 créditos

■ Bloque Anáhuac = 54 créditos

■ Bloque Interdisciplinario = 42 créditos

Créditos totales 357

Regionales: Comunicación integral de mercadotecnia, Dirección estratégica de ventas.

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial de la Secretaría de Educación Pública por Decreto Presidencial publicado en el D.O.F. el 26 de noviembre de 1982.