

TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS ÁREA MERCADOTECNIA

OBJETIVO: El Técnico Superior Universitario en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia contará con las competencias profesionales necesarias para su desempeño en el campo laboral, en el ámbito local, regional y nacional.

PERFIL DE INGRESO

- Responsabilidad en el cumplimiento de sus funciones.
- Capacidad de servicio.
- Comunicación asertiva.
- Apertura al cambio.
- Interés por la superación personal y profesional.
- Desarrollo humano, actitud innovadora, autocrítica.
- Liderazgo.
- Trabajo en equipo y bajo presión.

PERFIL DE EGRESO

- Administrar el proceso de ventas mediante estrategias, técnicas y herramientas adecuadas, para contribuir al desarrollo de la organización.
- Administrar el proceso de compras y control de suministros a través de las políticas y procedimientos de la organización y técnicas de control de inventarios y almacenamiento, para asegurar su disponibilidad.
- Diseñar estrategias de mercado identificando oportunidades de negocio para el fortalecimiento nacional e internacional de las organizaciones.
- Utilizar técnicas de publicidad y diseño gráfico en la elaboración de promocionales y otras herramientas comerciales.
- Asesorar en la adaptación de los productos a las necesidades de los clientes.
- Identificar las oportunidades comerciales de la empresa y las necesidades de los consumidores.

CAMPO LABORAL

ESCENARIOS DE ACTUACIÓN

El Técnico Superior Universitario en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia podrá desenvolverse en:

- Empresas públicas y privadas del sector industrial, comercial y de servicios.
- Instituciones y organismos públicos.
- Organizaciones no gubernamentales.
- Su propia empresa.

OCUPACIONES PROFESIONALES

El Técnico Superior Universitario en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia podrá desempeñarse como:

- Asesor independiente para PyMES.
- Empresario.
- Jefe de departamento, supervisor, coordinador, jefe de oficina o asistente en las áreas:
- Ventas y servicio, Mercadotecnia, Promoción y publicidad, Relaciones públicas, Administración, Servicio a clientes, Comercio internacional, Distribución e investigación de mercados.

PLAN DE ESTUDIOS

<p style="text-align: center;">PRIMER CUATRIMESTRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matemáticas • Administración • Entorno de la Empresa • Fundamentos de Mercadotecnia • Informática para Negocios I • Calidad • Inglés I • Expresión Oral y Escrita I • Formación Sociocultural I 	<p style="text-align: center;">SEGUNDO CUATRIMESTRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estadística para Negocios • Estudio del Consumidor • Informática para Negocios II • Compras • Presupuestos • Gestión de Ventas • Inglés II • Formación Sociocultural II
<p style="text-align: center;">TERCER CUATRIMESTRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mercadotecnia Estratégica • Estrategias de Ventas • Administración de Almacén • Finanzas • Investigación de Mercados I • Comunicación Integral de Mercadotecnia • Integradora I • Idioma Extranjero III • Formación Sociocultural III 	<p style="text-align: center;">CUARTO CUATRIMESTRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan de Negocios • Investigación de Mercados II • Mezcla de Mercadotecnia • Producción Publicitaria I • Comercio Internacional • Inglés IV • Formación Sociocultural IV
<p style="text-align: center;">QUINTO CUATRIMESTRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planeación Estratégica de Mercadotecnia • Plan de Exportación • Comercio Electrónico • Producción Publicitaria II • Relaciones Humanas • Integradora II • Inglés V • Expresión Oral y Escrita II 	<p style="text-align: center;">SEXTO CUATRIMESTRE</p> <p style="text-align: center;"><i>Estadía en el Sector Productivo</i></p>