

TSU EN MERCADOTECNIA

El egresado de Educación Media Superior deberá contar con un conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y valores deseables para ser considerado como candidato para cursar estudios de nivel superior con la finalidad de garantizar su formación al terminar sus estudios profesionales.

PERFIL DE INGRESO DEL ASPIRANTE

El aspirante al programa educativo en Licenciatura en Negocios y Mercadotecnia de nivel universitario se caracterizará por poseer las siguientes:

Habilidades y capacidades transversales:

- Habilidad para indagar, analizar y transmitir información procedente de diversas fuentes.
- Sólidas bases en matemáticas, estadística y economía.
- Comprensión de conceptos básicos de contabilidad y finanzas.
- Dominio del idioma español y manejo básico del inglés.
- Habilidad para el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).
- Habilidad para la investigación y el análisis de datos.
- Habilidad para escuchar, interpretar y expresar mensajes en distintos contextos.
- Capacidad para expresar de forma clara sus ideas tanto oral como escrita.
- Capacidad para resolver problemas a partir de métodos establecidos.
- Capacidad de trabajar de manera colaborativa para el cumplimiento de metas.
- Fomentar la inclusión, reconocimiento y respeto por la diversidad cultural, de creencias, valores, ideas, prácticas sociales y de género.
- Interés por participar con una conciencia cívica y ética en la vida de su comunidad, región, entidad, México y el mundo.

Habilidades y capacidades específicas del perfil de ingreso:

- Pensamiento Lógico y Analítico: Capacidad para analizar datos y generar soluciones mediante el razonamiento lógico, especialmente en áreas como matemáticas, estadística, economía, administración y comunicación.
- Habilidad en Tecnología y Multimedia: Destreza en el manejo de equipos informáticos y software ofimático, así como en herramientas de diseño y multimedia, fundamentales en la actualidad empresarial.

- Interés y Vocación Empresarial: Pasión por el entorno empresarial y los negocios, con enfoque en estrategias de mercadotecnia, gestión y comercialización de bienes y servicios.
- Trabajo en Equipo y Liderazgo: Habilidad para colaborar en equipos multidisciplinarios, liderar proyectos y resolver problemas con pensamiento crítico y proactivo.
- Habilidades de Comunicación y de Relaciones Públicas: capacidad para comunicarse de manera efectiva oralmente y por escrito, reconocimiento de las necesidades del cliente y habilidades en relaciones públicas.
- Capacidad para adaptarse a entornos cambiantes y gestionar la incertidumbre: implica ser flexibles, tener una mentalidad abierta tanto a diferentes culturas como a mercados, estar dispuestos a aprender y adecuar estrategias.

LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA

PRESENTACIÓN

El Licenciado en Negocios y Mercadotecnia cuenta con las competencias profesionales necesarias para su desempeño en el campo laboral, en el ámbito local, regional, nacional e internacional.

El Licenciado en Negocios y Mercadotecnia se distingue por poseer las competencias profesionales esenciales que respaldan su desempeño con éxito en el dinámico entorno laboral, abarcando tanto el ámbito local, como el regional, nacional e internacional. Este perfil integral no sólo se ajusta a las demandas actuales del sector, sino que también anticipa y se adapta a las transformaciones y desafíos emergentes de la Licenciatura en Negocios y Mercadotecnia. Su capacidad para integrar conocimientos técnicos especializados, habilidades analíticas y una visión innovadora lo posiciona como un profesional altamente cualificado y preparado para contribuir significativamente al avance de la disciplina y a la resolución eficiente de problemáticas complejas en distintos contextos.

El Licenciado en Negocios y Mercadotecnia posee las competencias profesionales necesarias para desarrollarse en el campo laboral, en las áreas Comercial, Mercadotecnia, Publicidad, Desarrollo de Productos, Innovación Comercial, Planeación y Evaluación de Proyectos, Ventas, Relaciones Públicas y Mercadotecnia Digital.

Habilidades en áreas como planeación estratégica, la investigación de mercados, el desarrollo de productos, la gestión de marcas, la publicidad, las relaciones públicas, el marketing digital y la gestión de ventas, así como las tecnologías de la información aplicada a mercadotecnia e Inteligencia artificial para negocios. Además, de la comunicación en un segundo idioma. Herramientas analíticas para la toma de decisiones comerciales, comprender el comportamiento del consumidor y tener habilidades para el desarrollo de estrategias de marketing digital.

Capacidad para trabajar en equipos multidisciplinarios y posean una visión global del entorno empresarial.

COMPETENCIAS PROFESIONALES

Las competencias profesionales son las destrezas y actitudes que el Licenciado debe desarrollar en su área profesional, adaptándose a nuevas situaciones, así como transferir, si es necesario, sus conocimientos, habilidades y actitudes a áreas profesionales relacionadas a su formación para el logro de objetivos.

Competencias Base:

- Gestionar, desarrollar y evaluar el proceso de la comercialización de productos y servicios, a través de la implementación de planes estratégicos, con enfoque a la creación de unidades estratégicas de negocios, utilizando modelos sostenibles e innovadores para la consolidación y rentabilidad de las organizaciones.

Competencias Transversales:

- Determinar el curso de acciones basado en la reflexión, un sistema de valores personal, profesional y social, con responsabilidad social y respeto a la diversidad y los derechos humanos, contribuyendo así al desarrollo humano y el mejoramiento del entorno.
- Emplear habilidades socioemocionales en la regulación de emociones, resolución de conflictos, creación de relaciones positivas, toma de decisiones responsable y comunicación asertiva para alcanzar metas personales y profesionales.
- Desarrollar la capacidad de pensamiento crítico y creativo, fomentando habilidades para resolver problemas, tomar decisiones informadas y generar ideas innovadoras.
- Determinar su actuar personal, profesional y social basado en principios, juicios y códigos éticos, propios y organizacionales, para orientar y fortalecer su comportamiento profesional y social.

DIRECCIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES TECNOLÓGICAS Y POLITÉCNICAS
PLAN DE ESTUDIOS
LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA
EN COMPETENCIAS PROFESIONALES
VIGENTE A PARTIR DE SEPTIEMBRE 2024

BACHILLERATO CONCLUIDO
ANTECEDENTES ACADÉMICOS DE INGRESO

MODALIDAD: ESCOLARIZADA
DURACIÓN DEL CICLO: 15 SEMANAS
CLAVE DEL PLAN DE ESTUDIOS: F-DA-03-PL-LIC-33.1

CICLO	CUATRIMESTRE	COMPETENCIA			ASIGNATURA	CLAVE	Horas a la semana	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Horas totales	Créditos	Instalaciones (A,L,T,O)
		base	Transversal	Específica								
Primer Ciclo de Formación	1o				Inglés I	B-ING1-1	5	30	45	75	4.69	A,L,T
					Comunicación y Habilidades Digitales	E-CHD-1	5	25	50	75	4.69	A
					Desarrollo Humano y Valores	T-DHU-1	4	24	36	60	3.75	A
					Mercadotecnia	E-MER-1	5	30	45	75	4.69	A,L
					Matemáticas	E-MAT-1	5	30	45	75	4.69	A
					Informática	E-INF-1	5	32	43	75	4.69	L
					Fundamentos de Administración y Entorno Empresarial	E-FAEE-1	6	36	54	90	5.63	A
				TOTAL			35	207	318	525	32.81	
	2o				Inglés II	B-ING2-1	5	30	45	75	4.69	A,L,T
					Habilidades Socioemocionales y Manejo de Conflictos	T-HSMC-1	4	24	36	60	3.75	A
					Estadística I	E-EST1-1	6	36	54	90	5.63	A
					Planeación Estratégica	E-PLE-1	5	30	45	75	4.69	A
					Contabilidad para Negocios	E-CPN-1	5	30	45	75	4.69	A
					Comportamiento del Consumidor	E-CDC-1	4	23	37	60	3.75	A,T
					Economía	E-ECO-1	6	36	54	90	5.63	A
				TOTAL			35	209	316	525	32.81	
	3o				Inglés III	B-ING3-1	5	23	52	75	4.69	A,L,T
					Desarrollo del Pensamiento y toma de decisiones	T-DPTD-1	4	24	36	60	3.75	A
					Legislación Comercial	E-LCO-1	5	30	45	75	4.69	A
					Estadística II	E-EST2-1	6	36	54	90	5.63	A
					Sistema de Investigación de Mercados I	E-SIM1-1	6	36	54	90	5.63	A,L,T
				Estrategia de Producto y Precio	E-EPP-1	5	30	45	75	4.69	A,L	
				Proyecto Integrador I	E-PIN1-1	4	24	36	60	3.75	A	
			TOTAL			35	203	322	525	32.81		
Segundo Ciclo de Formación	4o				Inglés IV	B-ING4-2	5	20	55	75	4.69	A,L,T
					Ética Profesional	T-EPR-2	4	24	36	60	3.75	A
					Mezcla Promocional	E-MPR-2	6	36	54	90	5.63	A,L,T
					Diseño Digital y Multimedia	E-DDM-2	5	29	46	75	4.69	L,T
					Sistema de Investigación de Mercados II	E-SIM2-2	5	30	45	75	4.69	A,L,T
					Gestión de Ventas	E-GDV-2	6	36	54	90	5.63	A
					Administración del Tiempo	E-ADT-2	4	24	36	60	3.75	A
				TOTAL			35	199	326	525	32.81	
	5o				Inglés V	B-ING5-2	5	26	49	75	4.69	A,L,T
					Liderazgo de Equipos de Alto Desempeño	T-LEAD-2	4	24	36	60	3.75	A
					Logística y Distribución	E-LYD-2	6	37	53	90	5.63	A
					Mercadotecnia de Servicios	E-MDS-2	5	30	45	75	4.69	A
					Mercadotecnia Digital I	E-MD1-2	5	25	50	75	4.69	A,L
					Mercadotecnia Estratégica	E-MES-2	6	36	54	90	5.63	A
				Proyecto Integrador II	E-PIN2-2	4	22	38	60	3.75	A	
			TOTAL			35	200	325	525	32.81		

CICLO	CUATRIMESTRE	COMPETENCIA			ASIGNATURA	CLAVE	Horas a la semana	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Horas totales	Créditos	Instalaciones (A,L,T,O)	
		base	Transversal	Específica									
	6o	ESTADÍA					40	240	360	600	37.50	O	
		TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN MERCADOTECNIA											
		TOTAL					40	240	360	600	37.50		
Tercer Ciclo de Formación	7o			Inglés VI	B-ING6-3	5	30	45	75	4.69	A,L,T		
				Habilidades Gerenciales	T-HGE-3	4	24	36	60	3.75	A		
				Estadística aplicada a los negocios	E-EAN-3	6	36	54	90	5.63	A,L		
				Mercadotecnia Internacional	E-MIN-3	5	30	45	75	4.69	A		
				Desarrollo de Nuevos Productos	E-DNP-3	5	30	45	75	4.69	A,L		
				Tendencias del Mercado y Consumidor Global	E-TMCG-3	6	35	55	90	5.63	A		
				Planeación y Organización del Trabajo	E-POT-3	4	24	36	60	3.75	A		
			TOTAL					35	209	316	525	32.81	
		8o			Inglés VII	B-ING7-3	5	30	45	75	4.69	A,L,T	
				Mercadotecnia Digital II	E-MD2-3	5	30	45	75	4.69	A,L		
				Inteligencia de Mercados	E-IDM-3	6	36	54	90	5.63	A,L		
				Gestión de la Calidad	E-GDC-3	4	24	36	60	3.75	A		
				Inteligencia Financiera	E-INF-3	5	30	45	75	4.69	A		
				Administración de la Producción	E-ADP-3	5	30	45	75	4.69	A,L		
				Gestión del Talento Humano	E-GTH-3	5	30	45	75	4.69	A		
			TOTAL					35	210	315	525	32.81	
		9o			Inglés VIII	B-ING8-3	5	30	45	75	4.69	A,L,T	
				Cultura Emprendedora	E-CEM-3	4	24	36	60	3.75	A		
				Cadena de Suministro	E-CDS-3	5	30	45	75	4.69	A		
				Plan de Negocios	E-PDN-3	6	36	54	90	5.63	A,L		
				Comunicación Integral de la Mercadotecnia	E-CIM-3	6	30	60	90	5.63	A,L		
				Derecho Corporativo	E-DCO-3	5	30	45	75	4.69	A		
				Proyecto Integrador III	E-PIN3-3	4	18	42	60	3.75	A		
			TOTAL					35	198	327	525	32.81	
		10o.	ESTADÍA					40	240	360	600	37.50	O
			LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA										
		TOTAL					40	240	360	600	37.50		
TOTALES							360	2115	3285	5400	337.50		


SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
DIRECCIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES
SELLO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE
UNIVERSIDADES TECNOLÓGICAS Y
DIRECCIÓN AGRADECI
POLITÉCNICAS

F-DA-03-PL-LIC-33.1

INFORMES:

Universidad Tecnológica de la Sierra Hidalguense
Carretera México – Tampico, km. 100, tramo Pachuca – Huejutla,
Zacualtipán de Ángeles, Hgo, C.P. 43200
Dirección de Ciencias Económico Administrativas
Tel. (774) 7420123, Extensiones: 140, 134, 185.