

TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS ÁREA MERCADOTECNIA

Presentación:

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

Objetivo:

El objetivo general del plan de estudios del Técnico Superior Universitario en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia es formar profesionistas de nivel con sólida preparación académica, tecnológica y cultural, que les permita desempeñarse profesionalmente en las actividades de comercialización, para contribuir a la satisfacción de las necesidades de un mercado globalizado, con programas académicos pertinentes y de calidad.

Perfil de ingreso:

El aspirante a cursar el programa educativo de Técnico Superior Universitario en Desarrollo de Negocios, área Mercadotecnia, deberá contar con el certificado de estudios de bachillerato concluido, preferentemente en con estudios en el área económica-administrativa.

Perfil de egreso:

El egresado tendrá las competencias profesionales para desarrollar actividades en su área profesional, adaptarse a nuevas situaciones, así como transferir, si es necesario, sus conocimientos, habilidades y actitudes a áreas profesionales próximas.

Campo laboral:

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

- Empresas de servicios, comerciales e industriales
- Pequeñas y Medianas Empresas
- Agencias de Publicidad
- Agencias de Investigación de Mercados
- Organismos Públicos
- Actividades de consultoría
- Propia empresa

Ocupaciones profesionales:

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

- Asesor independiente para pequeñas y medianas empresas
- Emprendedor
- Supervisor, coordinador, jefe de oficina o asistente en las áreas de:
 - Ventas y servicio
 - Mercadotecnia
 - Promoción y Publicidad
 - Comunicación y Relaciones Públicas
 - Servicio a Clientes
 - Distribución
 - Investigación de Mercados
 - Almacén

PLAN DE ESTUDIOS

Grado que se otorga	TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia
Modalidad:	Presencial
Duración:	6 Cuatrimestres

Primer Cuatrimestre (525 Horas)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ MATEMÁTICAS ✓ ADMINISTRACIÓN ✓ INFORMÁTICA I ✓ ECONOMÍA ✓ MERCADOTECNIA ✓ INGLÉS I ✓ EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA I ✓ FORMACIÓN SOCIOCULTURAL I
Segundo Cuatrimestre (525 Horas)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ESTADÍSTICA ✓ CONTABILIDAD ✓ INFORMÁTICA II ✓ PLANEACIÓN ESTRATÉGICA ✓ SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I ✓ VENTAS ✓ INGLÉS II ✓ FORMACIÓN SOCIOCULTURAL II
Tercer Cuatrimestre (525 Horas)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ CALIDAD ✓ GESTIÓN DE PROYECTOS ✓ LEGISLACIÓN COMERCIAL ✓ SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II ✓ INTEGRADORA I ✓ ESTRATEGIAS DE PRODUCTO ✓ INGLÉS III ✓ FORMACIÓN SOCIOCULTURAL III
Cuarto Cuatrimestre (525 Horas)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ DISEÑO GRÁFICO ✓ LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN ✓ COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ✓ ESTRATEGIAS DE PRECIO ✓ MEZCLA PROMOCIONAL I ✓ METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN ✓ INGLÉS IV ✓ FORMACIÓN SOCIOCULTURAL IV
Quinto Cuatrimestre (525 Horas)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ MERCADOTECNIA INTERNACIONAL ✓ MEZCLA PROMOCIONAL II ✓ MERCADOTECNIA DIGITAL ✓ MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA ✓ INTEGRADORA II ✓ INGLÉS V ✓ EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA II
Sexto Cuatrimestre (525 Horas)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ESTADIA

Objetivo

Formar profesionistas de nivel con sólida preparación académica, tecnológica y cultural, que les permita desempeñarse profesionalmente en las actividades de comercialización, para contribuir a la satisfacción de las necesidades de un mercado globalizado, con programas académicos pertinentes y de calidad.

Perfil de Ingreso

El estudiante a continuar con el programa educativo de la Licenciatura en Innovación de Negocios y Mercadotecnia, deberá contar con los siguientes atributos:

1. Administrar el proceso de comercialización de productos y servicios a partir del diagnóstico de mercado, estrategias de venta y herramientas administrativas, con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente, para contribuir a la competitividad y posicionamiento nacional e internacional de la organización.
2. Desarrollar e implementar planes estratégicos de mercadotecnia a partir del análisis situacional del entorno, la mezcla de mercadotecnia, las políticas internas y la normatividad vigente, para contribuir al logro de los objetivos organizacionales y a una posición competitiva en el ámbito nacional e internacional.
3. Comunicar sentimientos, pensamientos, conocimientos, experiencias, ideas, reflexiones, opiniones, a través de expresiones sencillas y de uso común, en forma productiva y receptiva en el idioma inglés de acuerdo al nivel A2, usuario básico, del Marco de Referencia Europeo para contribuir en el desempeño de sus funciones en su entorno laboral, social y personal.
4. Actuar con valores y actitudes proactivas de excelencia en su desarrollo personal, social y organizacional, en armonía con su medio ambiente para desarrollar su potencial personal, social y organizacional.
5. Comunicar sentimientos, pensamientos, conocimientos, experiencias, ideas, reflexiones y opiniones, de forma clara y detallada, sobre temas concretos y abstractos en su contexto profesional y sociocultural, de acuerdo al nivel B2, usuario independiente, del Marco de Referencia Europeo, para fundamentar y proponer mejoras en las organizaciones y contribuir responsablemente al desarrollo sociocultural.

Perfil de Egreso. Quienes egresan como xx cuentan con las siguientes competencias profesionales:

1. Verificar la información financiera de manera veraz y oportuna para la adecuada toma de decisiones.
2. Verificar la información financiera en materia de contribuciones que permita la toma de decisiones del ente económico con el propósito de optimizar sus recursos.
3. Implementar en el ente económico soluciones a problemas financieros a través del diagnóstico de la situación actual y su proyección futura.

Campo Laboral

El Licenciado en Innovación de Negocios y mercadotecnia podrá desenvolverse en:

- ✓ Instituciones públicas y privadas del sector industrial, comercial o de servicios.
- ✓ Agencias de investigación de mercados y de publicidad.
- ✓ Áreas de capital humano y finanzas en instituciones públicas y privadas.
- ✓ Empresas encargadas de suministrar servicios especializados en mercadotecnia.
- ✓ Instituciones y organismos públicos relacionados con la comunicación.
- ✓ Unidades estrategias de negocios propias.

Ocupaciones Profesionales

El Licenciado en Innovación de Negocios y Mercadotecnia podrá desempeñarse como:

- ✓ Director comercial
- ✓ Gerente de mercadotecnia
- ✓ Gerente de publicidad y promoción
- ✓ Asesor en desarrollo de negocios
- ✓ Analista de mercado
- ✓ Gerente a nivel administrativo
- ✓ Coordinador de marca
- ✓ Desarrollo e innovación de nuevos productos
- ✓ Analista de precios
- ✓ Coordinador de finanzas comerciales
- ✓ Coordinador de logística y distribución
- ✓ Community manager
- ✓ Desarrollador de contenido
- ✓ Supervisor comercial
- ✓ Gerente de ventas
- ✓ Coordinador de servicio al cliente
- ✓ Director de su propia empresa



Plan de estudios

Séptimo Cuatrimestre (375 Horas)	ESTADÍSTICA APLICADA A LOS NEGOCIOS DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS INTELIGENCIA DE MERCADOS INGLES VI ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO
Octavo Cuatrimestre (375 Horas)	TENDENCIAS DE MERCADO Y CONSUMIDOR GLOBAL ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO OPTATIVA I INGLES VII PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO
Noveno Cuatrimestre (375 Horas)	COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MERCADOTECNIA PLANEACIÓN Y SEGUIMIENTO DE PROYECTOS FINANZAS OPTATIVA II INGLES VIII DIRECCIÓN DE EQUIPO DE ALTO RENDIMIENTO
Decimo Cuatrimestre (375 Horas)	COMUNICACIÓN EJECUTIVA CADENA DE SUMINISTROS PLAN DE NEGOCIOS INTEGRADORA INGLES IX NEGOCIACIÓN EMPRESARIAL
Onceavo Cuatrimestre (375 Horas)	ESTADÍAS

Requisitos de admisión:

Para ingresar a la Universidad Tecnológica de la Sierra Hidalguense deberás participar en un proceso de admisión al Programa Educativo de tu elección. Los requisitos son los siguientes:

- ✓ Haber concluido el Nivel Medio Superior o estar cursando el último semestre del mismo.
- ✓ Copia de certificado de bachillerato o constancia de terminación de estudios. En caso de estar cursando el último semestre del Nivel Medio Superior, presentar constancia.
- ✓ Copia de acta de nacimiento.
- ✓ Copia de CURP.
- ✓ 2 fotografías tamaño infantiles recientes (sin importar color).
- ✓ Costo de la ficha \$ 385.42 (autorizado y publicado en cuotas y tarifas).

Una vez que has obtenido tu ficha para ingresar a la Universidad, deberás presentar el examen de ingreso. La fecha de su aplicación será calendarizada y dada a conocer por el Departamento de Control Escolar.

Los periodos de Admisión serán publicados en las fechas correspondientes.

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) 74 2 04 70, Extensiones: 157, 140, 134.