

## ► COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

-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.

-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.

## ► ESCENARIOS DE ACTUACIÓN

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

## ► OCUPACIÓN PROFESIONAL

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.

### PRIMER CUATRIMESTRE

- Inmersión al Idioma Inglés

### SEGUNDO CUATRIMESTRE

- Matemáticas
- Administración
- Informática I
- Economía
- Mercadotecnia
- Inglés I
- Expresión Oral y Escrita I
- Formación Sociocultural

### TERCER CUATRIMESTRE

- Estadística
- Contabilidad
- Informática II
- Planeación Estratégica
- Sistema de Investigación de Mercados I
- Ventas
- Diseño de Procesos y Gestión de Calidad
- Inglés II
- Formación Sociocultural II

### CUARTO CUATRIMESTRE

- Calidad
- Gestión de Proyectos
- Legislación Comercial
- Sistema de Investigación de Mercados II
- Integradora I
- Estrategias de Producto
- Inglés III
- Formación Sociocultural III

### QUINTO CUATRIMESTRE

- Diseño Gráfico
- Logística y Distribución
- Comportamiento del Consumidor
- Estrategias de Precio
- Mezcla Promocional I
- Metodología de la Investigación
- Inglés IV
- Formación Sociocultural IV

### SEXTO CUATRIMESTRE

- Mercadotecnia Internacional
- Mezcla Promocional II
- Mercadotecnia Digital
- Mercadotecnia Estratégica
- Integradora II
- Inglés V
- Expresión Oral y Escrita II

