



Santa Catarina

saber hacer para competir

**LICENCIATURA EN
INNOVACIÓN DE NEGOCIOS
Y MERCADOTECNIA
PLAN DE ESTUDIOS**

www.utsc.edu.mx



LICENCIATURA EN INNOVACIÓN DE NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA

OBJETIVO

Formar profesionistas con sólida preparación académica capaces de administrar el proceso de comercialización de productos y servicios a partir del diagnóstico de mercado, estrategias de venta y herramientas administrativas; desarrollar e implementar planes estratégicos de mercadotecnia a partir del análisis situacional del entorno.

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.

El Licenciado en Innovación de Negocios y Mercadotecnia adquiere las competencias profesionales necesarias para su desempeño en el campo laboral en las áreas de Finanzas, Mercadotecnia, Publicidad, Desarrollo de Productos, Innovación Comercial, Planeación y Evaluación de Proyectos, Capital Humano, Relaciones Públicas.

COMPETENCIAS

Las competencias profesionales son las destrezas y actitudes que permiten al Técnico Superior Universitario y Licenciado, 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.

COMPETENCIAS GENÉRICAS TSU:

- 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.

LICENCIATURA EN INNOVACIÓN DE NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA

- 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.
- 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.

COMPETENCIAS GENÉRICAS LICENCIATURA:

Capacidad de análisis y síntesis, habilidades para la investigación, las capacidades individuales y las destrezas sociales; las habilidades gerenciales y las habilidades para comunicarse en un segundo idioma.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS TSU:

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.
 - 1.1. Detectar oportunidades comerciales mediante la inteligencia de mercados, herramientas presupuestales, así como análisis financieros y de ventajas competitivas, para proponer proyectos de negocios nacionales e internacionales.
 - 1.2. Gestionar el proceso de venta a través de la aplicación de técnicas de venta, métodos de trabajo, así como herramientas administrativas y financieras, para el logro de los objetivos organizacionales.

LICENCIATURA EN INNOVACIÓN DE NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA

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.

- 2.1. Determinar la mezcla de mercadotecnia mediante la descripción, creación y ajuste de las variables comerciales, para generar estrategias de mercado nacionales e internacionales
- 2.2. Desarrollar el plan estratégico de mercadotecnia considerando la normatividad vigente, el estudio situacional del entorno y las estrategias de la mezcla de mercadotecnia para el logro de los objetivos comerciales nacionales e internacionales.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS LICENCIATURA:

1. Desarrollar y evaluar unidades estratégicas de negocios en mercados nacionales e internacionales, haciendo uso de modelos apegados a la legislación vigente y considerando las tendencias del entorno globalizado para contribuir a la consolidación y rentabilidad de las organizaciones.

- 1.1. Formular planes de negocio a través del uso de modelos de negocios y técnicas de innovación para determinar su factibilidad en mercados nacionales e internacionales.
- 1.2. Gestionar unidades estratégicas de negocios considerando los recursos de la empresa, su estructura y procesos administrativos, así como las condiciones del entorno para lograr su puesta en marcha en mercados nacionales e internacionales.

LICENCIATURA EN INNOVACIÓN DE NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA

PLAN DE ESTUDIOS

Duración 3 años 8 meses. Abarca del cuatrimestre 1° al 5°; en el 6° se lleva a cabo la primera estadía (para obtener el título de TSU). La Licenciatura abarca del cuatrimestre 7° al 10°; en el 11° se lleva a cabo la segunda estadía (para obtener el título de Licenciado).



LICENCIATURA EN INNOVACIÓN DE NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA

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

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.

PLAN DE ESTUDIOS DNM

Modalidad presencial - Nivel TSU

El Técnico Superior Universitario en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia administrará el proceso de comercialización de productos y servicios a partir del diagnóstico de mercado, estrategias de venta y herramientas administrativas; desarrollará e implementará planes estratégicos de mercadotecnia a partir del análisis situacional del entorno.

1 CUATRIMESTRE

- MATEMÁTICAS
- ADMINISTRACIÓN
- INFORMÁTICA I
- MERCADOTECNIA
- ECONOMÍA
- INGLÉS I
- EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA I
- FORMACIÓN SOCIOCULTURAL I

2 CUATRIMESTRE

- ESTADÍSTICA
- CONTABILIDAD
- INFORMÁTICA II
- PLANEACIÓN ESTRATÉGICA
- SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I
- VENTAS
- INGLÉS II
- FORMACIÓN SOCIOCULTURAL II

3 CUATRIMESTRE

- CALIDAD
- GESTIÓN DE PROYECTOS
- LEGISLACIÓN COMERCIAL
- SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II
- INTEGRADORA I
- ESTRATEGIAS DE PRODUCTO
- INGLÉS III
- FORMACIÓN SOCIOCULTURAL III

4 CUATRIMESTRE

- DISEÑO GRÁFICO
- LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN
- COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
- ESTRATEGIAS DE PRECIO
- MEZCLA PROMOCIONAL I
- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
- INGLÉS IV
- FORMACIÓN SOCIOCULTURAL IV

5 CUATRIMESTRE

- MERCADOTECNIA INTERNACIONAL
- MEZCLA PROMOCIONAL II
- MERCADOTECNIA DIGITAL
- MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA
- INTEGRADORA II
- INGLÉS V
- EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA II

6 ESTADÍA

El proceso de estadía se lleva a cabo para culminar su formación como Técnico Superior Universitario en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia.

A través de convenios con diversas empresas, la UTSC ha abierto espacios para que el alumno pueda aplicar los conocimientos adquiridos en un entorno laboral real.

PLAN DE ESTUDIOS LINM

Modalidad presencial - Nivel Licenciatura

Una vez acreditada la estadía es posible que el alumno continúe con su desarrollo y formación integral cursando los cuatrimestres correspondientes para alcanzar su titulación de la Licenciatura en Innovación de Negocios y Mercadotecnia.

7

CUATRIMESTRE

- ESTADÍSTICA APLICADA A LOS NEGOCIOS
- DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS
- INTELIGENCIA DE MERCADOS
- INGLÉS VI
- ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO

8

CUATRIMESTRE

- TENDENCIAS DEL MERCADO Y CONSUMIDOR GLOBAL
- ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN
- GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
- SUELDOS Y SALARIOS
- INGLÉS VII
- PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

9

CUATRIMESTRE

- COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MERCADOTECNIA
- PLANEACIÓN Y SEGUIMIENTO DE PROYECTOS
- FINANZAS
- ADMINISTRACIÓN Y COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES
- INGLÉS VIII
- DIRECCIÓN DE EQUIPOS DE ALTO RENDIMIENTO

10

CUATRIMESTRE

- COMUNICACIÓN EJECUTIVA
- CADENA DE SUMINISTROS
- PLAN DE NEGOCIOS
- INTEGRADORA
- INGLÉS IX
- NEGOCIACIÓN EMPRESARIAL

11

ESTADÍA

El proceso de estadía se lleva a cabo para concluir su formación como Licenciado en Innovación de Negocios y Mercadotecnia.

A través de convenios con diversas empresas, la UTSC ha abierto espacios para que el egresado pueda aplicar los conocimientos adquiridos en un entorno laboral real.