



UTN

Opción con Futuro

INNOVACIÓN DE NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA

Competencias del T.S.U. en Desarrollo de Negocios, Área Mercadotecnia. 2 años.

1. Administrar el proceso de ventas mediante estrategias, técnicas y herramientas adecuadas, para contribuir al desarrollo de la organización.
2. 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.

Competencias del Lic. en Innovación de Negocios y Mercadotecnia. 3 años, 8 meses.

1. Apoyar el desarrollo empresarial mediante la optimización del capital financiero y humano, para la consolidación de la organización.
2. Diseñar planes comerciales acordes a las capacidades de la organización para mejorar su competitividad en el mercado.

Campo de Acción:

El Licenciado en Innovación de Negocios y Mercadotecnia podrá desarrollarse en:

- Empresas públicas o privadas del sector industrial, comercial y de servicios.
- Instituciones y organismos públicos.
- Organizaciones no gubernamentales.
- Asesor independiente de PyMES.
- Empresario.
- Departamentos de: ventas y servicio, mercadotecnia, promoción y publicidad, relaciones públicas, administración, servicio a clientes, distribución e investigación de mercados metas.

1er. Cuatrimestre.

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

2do. Cuatrimestre.

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

3er. Cuatrimestre.

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

4to. Cuatrimestre.

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

5to. Cuatrimestre.

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

6to. Cuatrimestre.

ESTADÍAS.

7mo. Cuatrimestre.

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

8vo. 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.

9no. Cuatrimestre.

COMUNICACIÓN INTEGRAL DE
MERCADOTECNIA.
PLANEACIÓN Y SEGUIMIENTO DE PROYECTOS.
FINANZAS.
FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA.
INGLÉS VIII.
DIRECCIÓN DE EQUIPOS DE ALTO RENDIMIENTO.

10mo. Cuatrimestre.

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

11vo. Cuatrimestre.

ESTADÍAS.



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
DE NOGALES, SONORA.

WWW.UFNOGALES.BXU.PK