

T.S.U. en Desarrollo de Negocios,
área Mercadotecnia

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
- Sistemas de Investigación de Mercados I
- Ventas
- Inglés II
- Formación Sociocultural II

3er. CUATRIMESTRE

- Calidad
- Gestión de Proyectos
- Legislación Comercial
- Sistemas 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

- Estadía en el Sector Productivo

Continúa tus estudios en la Licenciatura en Innovación de Negocios y Mercadotecnia



¡Visítanos!

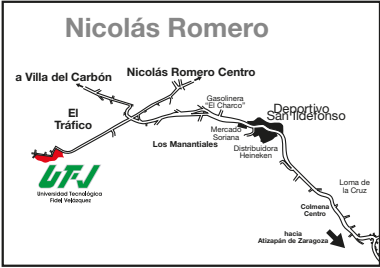
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA FIDEL VELÁZQUEZ

Av. Emiliano Zapata s/n, col. El Tráfico, Nicolás Romero, Estado de México.

Tels.: 2649 31 58
2649 31 59
2649 31 73

www.utfv.edu.mx

- UT Fidel Velázquez Oficial
- @UTFVoficial_
- UT Fidel Velázquez Oficial
- utfvoficial_



T.S.U. en Desarrollo de Negocios,
área Mercadotecnia

Objetivo

Formar Técnicos Superiores Universitarios capaces de diseñar, desarrollar e implementar estrategias de mercado identificando oportunidades de negocio, a través de la gestión de compras, ventas, técnicas y herramientas de mercadotecnia adecuadas para contribuir al desarrollo de la organización y su fortalecimiento nacional e internacional.

Perfil de ingreso

- Egresados de bachillerato.
- Interés por el desarrollo económico de la región.
- Agrado por el análisis cualitativo y cuantitativo.
- Interés por la investigación.
- Interés por el desarrollo de los negocios.

Perfil de egreso

Las y los egresados en Técnico Superior Universitario en Desarrollo de Negocios, área Mercadotecnia, cuentan con las competencias profesionales necesarias para su desempeño en el campo laboral, en el ámbito local, regional, nacional e internacional, en las áreas de capital humano, financiero y gestión comercial. Podrán coordinar y organizar los elementos técnicos y humanos de la empresa, usar técnicas de computación para la integración y análisis de información respecto a recursos humanos, económicos, tecnológicos y materiales. Gestionarán el proceso de ventas mediante estrategias, técnicas y herramientas adecuadas para contribuir al desarrollo de la organización. Dirigirán el proceso de compras y control de suministros, a través de las políticas, procedimientos, técnicas de control de inventarios y almacenamiento para asegurar su disponibilidad.

TÉCNICO SUPERIOR
UNIVERSITARIO EN

DESARROLLO DE
NEGOCIOS, ÁREA
MERCADOTECNIA



Campo laboral

Al término de sus estudios, los egresados de Técnico Superior Universitario en Desarrollo de Negocios, área Mercadotecnia, fomentarán las competencias de:

- Liderazgo y habilidades gerenciales.
- Desarrollo de estrategias de negocio y nuevos productos.
- Administración del capital humano.
- Diseño de productos televisivos y de radio con fines mercadológicos.
- Apoyar el desarrollo empresarial mediante la optimización del capital financiero y humano para la consolidación de la organización.
- Determinar las estrategias de dirección de capital humano con técnicas especializadas para asegurar el logro de los objetivos de la empresa.
- Formular los planes y programas estratégicos de ventas para garantizar el incremento de las utilidades a través del fortalecimiento de la relación con sus clientes.
- Integrar sistemas y procedimientos estratégicos de compras que faciliten la operación corporativa, mediante el uso eficiente de sus recursos, la buena relación y desarrollo con sus proveedores.
- Evaluar la capacidad de la organización para incursionar en nuevos negocios mediante un análisis de los recursos de la empresa para establecer estrategias con una visión global que fortalezca su posición competitiva.

