



PERFIL PROFESIONAL EN COMPETENCIAS PROFESIONALES

TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS ÁREA MERCADOTECNIA



Versión Ejecutiva

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.

COMPETENCIAS PROFESIONALES

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

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

Competencias Específicas:

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

- 1.1 Planear el proceso de venta de bienes y servicios considerando estrategias comerciales, indicadores de desempeño internos y externos, recursos disponibles, procedimientos y políticas establecidas; para definir líneas de acción que contribuyan al logro de las metas de la organización.
- 1.2 Dirigir el proceso de venta de bienes y servicios mediante las estrategias, técnicas y herramientas adecuadas para contribuir a la satisfacción del cliente y a la rentabilidad de la empresa.
- 1.3 Evaluar el plan de ventas a través del nivel de cumplimiento de las metas; para proponer acciones de mejoras.

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA ECONÓMICO ADMINISTRATIVA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-29-PF-CP-5B-02-A1



PERFIL PROFESIONAL EN COMPETENCIAS PROFESIONALES

TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS ÁREA MERCADOTECNIA



Versión Ejecutiva

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.

- 2.1 Gestionar el proceso de compras y suministros de acuerdo a las necesidades, las políticas y procedimientos de la organización para contribuir al abastecimiento oportuno.
- 2.2 Coordinar el suministro y la operación de los inventarios conforme a técnicas y procedimientos establecidos para el óptimo abasto de suministros y su adecuada rotación.

3. Diseñar estrategias de mercado identificando oportunidades de negocio, para el fortalecimiento nacional e internacional de las organizaciones.

- 3.1 Realizar investigaciones de mercado mediante técnicas especializadas para la obtención de información objetiva, veraz, oportuna y confiable.
- 3.2. Desarrollar la mezcla de mercadotecnia mediante la obtención de información y análisis del entorno para la creación de bienes y servicios competitivos.
- 3.3 Desarrollar el plan estratégico de mercadotecnia optimizando los recursos materiales y humanos para mejorar la participación de la empresa en el mercado nacional e internacional.
- 3.4 Desarrollar proyectos de comercio exterior de acuerdo a las oportunidades detectadas para aprovechar mercados globales y la diversificación de los productos de la empresa.

ESCENARIOS DE ACTUACIÓN

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

- Empresas públicas y privadas del sector industrial, comercial y de servicios.
- Instituciones y organismos públicos.
- Organizaciones no gubernamentales.
- Su propia empresa.

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA ECONÓMICO ADMINISTRATIVA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-29-PF-CP-5B-02-A1



PERFIL PROFESIONAL EN COMPETENCIAS PROFESIONALES

TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS ÁREA MERCADOTECNIA



Versión Ejecutiva

OCUPACIONES PROFESIONALES

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

- Asesor independiente para PyMES.
- Empresario.
- Jefe de departamento, supervisor, coordinador, jefe de oficina o asistente en las áreas:
 - Ventas y servicio,
 - Mercadotecnia,
 - Promoción y publicidad,
 - Relaciones públicas,
 - Administración,
 - Servicio a clientes,
 - Comercio internacional,
 - Distribución e investigación de mercados.

PERFIL DE INGRESO

- Egresados del nivel bachillerato preferentemente de las áreas socio administrativas, socioeconómicas o de ciencias exactas.
- Habilidad verbal
- Razonamiento matemático
- Habilidad informática
- Permanente deseo de superación
- Interés en el área de los negocios y las ventas
- Interés por el comportamiento de los mercados internacionales
- Interés por el uso de nuevas tecnologías relacionadas a los negocios, la mercadotecnia y las ventas

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA ECONÓMICO ADMINISTRATIVA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-29-PF-CP-5B-02-A1



**DISTRIBUCIÓN CUATRIMESTRAL DE LA CARRERA DE
TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS ÁREA MERCADOTECNIA
EN COMPETENCIAS PROFESIONALES**



ÁREAS DEL CONOCIMIENTO	CUATRIMESTRE	1o.	2o.	3o.	4o.	5o.	ESTADÍA
CIENCIAS BÁSICAS APLICADAS	MATEMÁTICAS	60 HRS	ESTADÍSTICA PARA NEGOCIOS 75 HRS	FINANZAS 60 HRS			 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA COORDINACIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES TECNOLÓGICAS 525 HRS.
	ENTORNO DE LA EMPRESA	60 HRS					
	ADMINISTRACIÓN	60 HRS					
	INFORMÁTICA PARA NEGOCIOS I	60 HRS	INFORMÁTICA PARA NEGOCIOS II 75 HRS	ESTRATEGIAS DE VENTA 75 HRS			
	FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA	60 HRS	ESTUDIO DEL CONSUMIDOR 60 HRS	ADMINISTRACIÓN DE ALMACÉN 75 HRS	PLAN DE NEGOCIOS 90 HRS	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MERCADOTECNIA 90 HRS	
	CALIDAD	60 HRS	COMPRAS 75 HRS	INTEGRADORA I 30 HRS	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II 75 HRS	PLAN DE EXPORTACIÓN 60 HRS	
FORMACIÓN TECNOLÓGICA			PRESUPUESTOS 60 HRS	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I 75 HRS	MEZCLA DE MERCADOTECNIA 90 HRS	COMERCIO ELECTRÓNICO 60 HRS	
			GESTIÓN DE VENTAS 75 HRS	MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA 60 HRS	PRODUCCIÓN PUBLICITARIA I 75 HRS	PRODUCCIÓN PUBLICITARIA II 90 HRS	
				COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MERCADOTECNIA 60 HRS	COMERCIO INTERNACIONAL 90 HRS	RELACIONES HUMANAS 60 HRS	
						INTEGRADORA II 30 HRS	
	INGLÉS I	60 HRS	INGLÉS II 60 HRS	INGLÉS III 60 HRS	INGLÉS IV 60 HRS	INGLÉS V 60 HRS	
	EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA I	75 HRS				EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA II 75 HRS	
	FORMACIÓN SOCIOCULTURAL I	30 HRS	FORMACIÓN SOCIOCULTURAL II 45 HRS	FORMACIÓN SOCIOCULTURAL III 30 HRS	FORMACIÓN SOCIOCULTURAL IV 45 HRS		
	TOTALES	525 HRS	525 HRS	525 HRS	525 HRS	525 HRS	3150 HRS

DEL PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE EN SEPTIEMBRE DE 2009

ING. JUAN LEONARDO SANCHEZ CUELLAR
REC 708


LIC. PEDRO CHAPA SALINAS
DIRECTOR DE CARRERA

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
GOBIERNO DEL ESTADO DE COAHUILTECA
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE NUEVO LAREDO
CLAVE: 2003.F.CAD-SPE-31-MC-5B-02-A1
RECTO



**DISTRIBUCIÓN CUATRIMESTRAL DE LA CARRERA DE
TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS ÁREA MERCADOTECNIA
EN COMPETENCIAS PROFESIONALES**



CONTENIDO DEL CONOCIMIENTO	1o.	2o.	3o.	4o.	5o.	6o.	7o.	ESTADÍA
CIENCIAS BÁSICAS APLICADAS	MATEMÁTICAS 60 HRS	ESTADÍSTICA PARA NEGOCIOS 75 HRS		FINANZAS 60 HRS				 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA DIRECCIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES TECNOLÓGICAS Y POLITÉCNICAS DIRECCIÓN DE PROGRAMAS EDUCATIVOS 525 HRS.
	ADMINISTRACIÓN 60 HRS	ENTORNO DE LA EMPRESA 60 HRS						
	INFORMÁTICA PARA NEGOCIOS I 60 HRS	INFORMÁTICA PARA NEGOCIOS II 75 HRS	ESTRATEGIAS DE VENTA 75 HRS					
	FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA 60 HRS	ESTUDIO DEL CONSUMIDOR 60 HRS	CALIDAD 60 HRS	ADMINISTRACIÓN DE ALMACÉN 75 HRS	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I 75 HRS	MEZCLA DE MERCADOTECNIA 60 HRS	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MERCADOTECNIA 60 HRS	
FORMACIÓN TECNOLÓGICA		GESTIÓN DE VENTAS 75 HRS	COMPRAS 75 HRS	MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA 60 HRS	PRODUCCIÓN PUBLICITARIA I 75 HRS	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II 75 HRS	PLAN DE EXPORTACIÓN 60 HRS	
			PRESUPUESTOS 60 HRS	COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MERCADOTECNIA 60 HRS	PLAN DE NEGOCIOS 60 HRS	PRODUCCIÓN PUBLICITARIA II 60 HRS	RELACIONES HUMANAS 60 HRS	
				INTEGRADORA I 30 HRS	COMERCIO INTERNACIONAL 60 HRS	COMERCIO ELECTRÓNICO 60 HRS	INTEGRADORA II 30 HRS	
LENGUAS Y MÉTODOS	INGLÉS I 60 HRS		INGLÉS II 60 HRS	INGLÉS III 60 HRS		INGLÉS IV 60 HRS	INGLÉS V 60 HRS	
	EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA I 75 HRS						EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA II 75 HRS	
FORMACIÓN SOCIOCULTURAL		FORMACIÓN SOCIOCULTURAL I 30 HRS	FORMACIÓN SOCIOCULTURAL II 45 HRS	FORMACIÓN SOCIOCULTURAL III 30 HRS	FORMACIÓN SOCIOCULTURAL IV 45 HRS			
TOTALES	375 HRS	375 HRS	375 HRS	375 HRS	375 HRS	375 HRS	375 HRS	

ING. JUAN LEONARDO HERNÁNDEZ CUELLAR
RECTOR

LIC. PEDRO CHAPA SALINAS
DIRECTOR DE CARRERA

DEL PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE EN SEPTIEMBRE DE 2009



SELLO DE RECTORÍA

SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN PÚBLICA
GOBIERNO DEL ESTADO
DE QUINTANA ROO
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
DE NUEVO LAREDO
CALLE DEL TÓNTOY
C.P. 23010

F-CAD-SPE-31-MC-58-02-A1