

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 desenvolverse 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.

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.
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.

Lic. en Innovación de Negocios y Mercadotecnia.

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.UTNNOGALES.SONORA.MX