

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 le permiten 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.

Las competencias profesionales que integran el perfil profesional del Técnico Superior Universitario en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia se clasifican en dos categorías:

Competencias Genéricas: Son las que permiten al egresado aprender a lo largo de su vida y son comunes a todos los perfiles profesionales; y están integradas por la capacidad de análisis y síntesis, habilidades para la investigación básica, las capacidades individuales y las destrezas sociales. Asimismo, se incluyen las competencias que caracterizan a los egresados del modelo educativo de las Universidades Tecnológicas, es decir, las habilidades gerenciales y las habilidades para comunicarse en un segundo idioma.

Competencias Específicas: Son la base de la especialización y constituyen el sustento teórico-metodológico que caracteriza a la disciplina, y permiten responder a necesidades específicas de cada sector productivo y/o región."

Competencias Específicas del Técnico Superior Universitario en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia

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

PERFIL PROFESIONAL
TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN COMPETENCIAS PROFESIONALES

Competencia 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.

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS

"Competencia 1: 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.

Competencia 2: 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.

Competencia 3: Expresar ideas, necesidades y sentimientos de forma verbal, no verbal y escrita considerando las reglas gramaticales para comunicarse de forma efectiva durante su desempeño profesional."

Específicas del área de aplicación: Definen las áreas de aplicación que responden a necesidades específicas de cada sector productivo y/o región, y de acuerdo a su alcance y naturaleza, se establecerá de manera diferenciada las competencias específicas propias del Técnico Superior Universitario y del Técnico Superior Universitario.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	Competencia 1: Administrar el proceso de ventas mediante estrategias, técnicas y herramientas adecuadas, para contribuir al desarrollo de la organización			
	UNIDADES DE COMPETENCIA	CAPACIDADES		
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	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.	1.1.1 Diagnosticar el desempeño comercial considerando los resultados históricos, internos y externos, para identificar la situación actual de la empresa.	1.1.2 Formular el plan de acción empleando métodos, procedimientos y estrategias comerciales, para determinar los lineamientos de operación del área comercial.	1.1.3 Organizar los recursos humanos, técnicos y materiales de acuerdo a las actividades planeadas para el óptimo funcionamiento del área comercial.
	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.	1.2.1 Prospeccionar las ventas de los bienes y servicios a través de las herramientas y técnicas adecuadas con la finalidad de alcanzar los objetivos definidos en el plan de acción.	1.2.2 Coordinar la venta de los bienes y servicios dando seguimiento al programa de actividades, para alcanzar las metas establecidas.	1.2.3 Supervisar las condiciones de realización de la venta conforme a las políticas y criterios establecidos, para contribuir a la satisfacción del cliente y al logro de las metas de la organización.
	1.3 Evaluar el plan de ventas a través del nivel de cumplimiento de las metas; para proponer acciones de mejoras.	1.3.1 Determinar el nivel de cumplimiento de las metas a través de herramientas de análisis que permitan identificar las variaciones y sus causas, para la toma de decisiones.	1.3.2 Formular acciones de mejora aplicando metodologías pertinentes para incrementar el volumen de negocios.	

Competencia 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 ESPECÍFICAS

UNIDADES DE COMPETENCIA

CAPACIDADES

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.

2.1.1 Programar las compras mediante un sistema de pronósticos de ventas y producción, las políticas y procedimientos de la organización; para asegurar la eficiente operación de la misma.

2.1.2 Supervisar las compras de acuerdo al proceso establecido, para cumplir con los requerimientos de abastecimiento de la organización.

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.

2.2.1 Controlar los inventarios a través de técnicas de clasificación y control de inventarios, equipos y herramientas requeridos; para asegurar el abastecimiento.

2.2.2 Supervisar la operación del almacén conforme a técnicas y procedimientos acordes a las políticas de la organización para asegurar el abasto oportuno

PERFIL PROFESIONAL TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMPETENCIAS PROFESIONALES

Competencia 3: Diseñar estrategias de mercado identificando oportunidades de negocio, para el fortalecimiento nacional e internacional de las organizaciones.				
UNIDADES DE COMPETENCIA	CAPACIDADES			
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	3.1 Realizar investigaciones de mercado mediante técnicas especializadas para la obtención de información objetiva, veraz, oportuna y confiable.	3.1.1 Determinar la metodología de la investigación de acuerdo a los objetivos de la misma, para obtener información confiable en la toma de decisiones.	3.1.2 Diseñar el instrumento para la obtención de información en función al objetivo del estudio para obtener la información necesaria en la toma de decisiones.	3.1.3 Supervisar el trabajo de campo durante el proceso de la investigación para asegurar la confiabilidad de la información.
		3.1.4 Interpretar los datos obtenidos con el apoyo de las herramientas adecuadas al tipo de estudio para identificar los hallazgos determinantes y elaborar informes que contribuyan a una adecuada toma de decisiones.		
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	3.2. Desarrollar la mezcla de mercadotecnia mediante la obtención de información y análisis del entorno para la creación de bienes y servicios competitivos.	3.2.1 Diseñar estrategias de producto con base en los resultados de la investigación de mercados para lograr su posicionamiento, participación y penetración en el mercado meta.	3.2.2 Diseñar estrategias de precio mediante un análisis del entorno y la competencia para cumplir con las metas de rentabilidad.	3.2.3 Diseñar la estrategia de comunicación comercial mediante la mezcla promocional para el posicionamiento de los productos y servicios de la organización.
		3.2.4 Desarrollar la estrategia de imagen mediante las herramientas de comunicación comercial, para diferenciar a la organización de la competencia y agregar valor a la empresa.	3.2.5 Formular las estrategias de distribución mediante la selección de redes comerciales para que el producto o servicio se entregue al consumidor final.	3.2.6 Desarrollar el punto de venta a través de las estrategias de Merchandising para optimizar la rotación de los artículos en venta y/o el nivel de servicio ofrecido
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	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.	3.3.1 Analizar el entorno de la empresa a través de técnicas de análisis situacional para identificar oportunidades de negocio	3.3.2 Establecer objetivos acordes a las oportunidades de negocio detectadas para determinar las estrategias a seguir	3.3.3 Elaborar estrategias de mercado con base en los resultados del análisis situacional y considerando los recursos disponibles para coadyuvar al logro de los objetivos
		3.3.4 Desarrollar nuevas oportunidades de negocio mediante el diseño de bienes o servicios, para la satisfacción de las necesidades detectadas.		
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	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.	3.4.1 Emplear los programas de fomento a la exportación de acuerdo al giro de la organización para aprovechar las facilidades y beneficios fiscales a empresas exportadoras e importadoras.	3.4.2 Seleccionar los términos internacionales de comercio (INCOTERMS) de acuerdo a los recursos logísticos de la empresa para la correcta repartición de derechos y obligaciones del vendedor (exp.) y el del comprador (imp).	3.4.3 Elaborar planes de comercio exterior con base a las necesidades detectadas en mercados globalizados para el fortalecimiento de la empresa.

PERFIL PROFESIONAL
TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN COMPETENCIAS PROFESIONALES

COMPETENCIAS GENÉRICAS	Competencia 1: 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.			
	UNIDADES DE COMPETENCIA	CAPACIDADES		
COMPETENCIAS GENÉRICAS	1.1. Aplicar un sistema de valores de excelencia de manera racional, en su relación consigo mismo, con los demás y con su entorno.	1.1.1. Identificar los valores a partir de una teoría, para asignar su jerarquía.	1.1.2. Analizar situaciones humanas para comprender su significado.	1.1.3. Evaluar su sistema de valores para identificar carencias y fortalezas y oportunidades de crecimiento personal
		1.1.4. Elabora Un plan de vida considerando objetivos personales y profesionales y su interacción con el entorno.		
	1.2. Aplicar actitudes de excelencia dentro de una organización sustentable y con calidad.	1.2.1. Negociar acuerdos asertivamente, para lograr los objetivos organizacionales	1.2.2. Colaborar en equipos de trabajo de manera organizada para lograr los objetivos organizacionales.	1.2.3. Dirigir equipos de trabajo con iniciativa y liderazgo para lograr los objetivos organizacionales.
		1.2.4. Tomar decisiones orientadas a resultados con visión estratégica y sistémica, para lograr los objetivos organizacionales.		

PERFIL PROFESIONAL
TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN COMPETENCIAS PROFESIONALES

COMPETENCIAS GENÉRICAS	Competencia 2: 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.			
	UNIDADES DE	CAPACIDADES		
	2.1. Interpretar los puntos principales de información escrita, verbal y no verbal en lengua estándar (usual y común) en situaciones de trabajo, de estudio o de esparcimiento, a través de estrategias de lectura, observación, comunicativas.	2.1.1. Identificar Ideas, temas, conceptos, etc. Información relevante a través del intercambio de información escrita, verbal y no verbal, dentro de situaciones y contexto de la lectura, a través a elementos tipográficos y sintácticos, (Contenido y Forma)	2.1.2. Clasificar Ideas, temas, conceptos, etc. Información relevante de lo general a lo particular o viceversa, dentro del contexto de la información.	2.1.3. Resumir La información identificada y clasificada en base a las necesidades particulares de la situación.
		2.1.4. Transferir Conocimiento adquirido en forma escrita o verbal en base a las necesidades particulares de la situación.		
	2.2. Intercambiar información acerca de sentimientos, pensamientos, argumentos, conocimientos, experiencias, ideas, reflexiones, opiniones, de manera verbal y escrita, en situaciones cotidianas donde estén presentes personas anónimas.	2.2.1. Identificar situaciones y contextos relacionados con la experiencia previa y situaciones cotidianas.	2.2.2. Interpretar contexto, oraciones y vocabulario de manera verbal, precisas y coherentes, en situaciones cotidianas	2.2.3. Ejecutar oraciones, vocabulario y estructuras gramaticales de manera verbal y escrita, precisas y coherentes, en situaciones cotidianas.
		2.3.1. Resumir La información recabada de manera escrita en sus notas personales.	2.3.2. Organizar La información resumida y las ideas propias en un borrador de acuerdo a lo solicitado.	2.3.3. Redactar la información derivado del borrador, en forma clara y en base a las especificaciones dadas.
	2.3. Recabar información relativa al tema veraz en medios de información.			

PERFIL PROFESIONAL
TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN COMPETENCIAS PROFESIONALES

COMPETENCIAS GENÉRICAS	Competencia 3: Expresar ideas, necesidades y sentimientos de forma verbal, no verbal y escrita considerando las reglas gramaticales para comunicarse de forma efectiva durante su desempeño profesional.			
	3.1 Escuchar hechos, opiniones, juicios y argumentos activamente en un contexto, académico, laboral de forma espontánea, fluida y precisa para comunicarse de manera efectiva en la organización.	3.1.1. Atender el mensaje verbal y no verbal del interlocutor en diversos contextos situacionales a partir de los diferentes matices verbales (tono, dicción, énfasis, fluidez).	3.1.2. Distinguir el propósito del mensaje informativo, persuasivo y de juicio en el contexto organizacional a partir de los diferentes matices verbales (tono, dicción, énfasis, fluidez).	3.1.3. Empatizar con el interlocutor de acuerdo de los propósitos del mensaje verbal y no verbal en el contexto organizacional a partir de los diferentes matices verbales (tono, dicción, énfasis, fluidez).
	3.2 Argumentar series de razonamientos verbales y escritos considerando su estructura para responder a necesidades de la organización.	3.2.1. Distinguir la estructura y tipos de proposiciones de los razonamientos en forma lógica.	3.2.2. Construir proposiciones de situaciones diversas respetando la propia estructura	3.2.3. Identificar argumentos lógicos y convincentes de situaciones diversas respetando la propia estructura.
		3.2.4. Conformar argumentos lógicos y convincentes de situaciones diversas respetando la propia estructura.	3.2.5. Utilizar argumentos lógicos y convincentes en conversaciones cotidianas en el ámbito organizacional.	
	3.3 Expresar hechos (información concreta), opiniones(puntos de vista, conjeturas, juicios) y argumentos(persuasión) verbalmente, en un contexto familiar, académico, laboral de forma espontánea, fluida y precisa.	3.3.1. Reconocer los componentes visuales, corporales y gestuales en un contexto comunicativo de forma puntual.	3.3.2. Analizar situaciones de comunicación informal y formal en el contexto familiar, académico y organizacional a partir de los diferentes matices verbales(tono, dicción, énfasis, fluidez).	3.3.3. Participar en situaciones comunicativas informales en el contexto familiar, académico y organizacional.
		3.3.4. Presentar discursos adecuados a la situación comunicativa en el contexto académico y profesional.	3.3.5. Organizar situaciones comunicativas formales en el contexto académico y profesional.	
	3.4 Interpretar textos científicos, técnicos, periodísticos, personales, formales y publicitarios en el ámbito organizacional reconociendo su estructura, contenido o fondo.	3.4.1. Reconocer estructuras textuales, discriminando la forma textual y su intención, en el ámbito académico y laboral.	3.4.2. Sintetizar contenidos específicos de los textos abordados, de manera verbal en el ámbito académico y laboral.	3.4.3. Discutir contenidos de los textos abordados, a través de la argumentación.
	3.5 Redactar documentos técnicos y de negocios en el ámbito empresarial mostrando un uso correcto de los mecanismos de organización, articulación y cohesión del texto.	3.5.1. Identificar características de la redacción de manera puntual en un ambiente ejecutivo.	3.5.2. Utilizar las estructuras más comunes de los documentos técnicos, y de negocios en el ámbito laboral de acuerdo a su objetivo comunicativo.	3.5.3. Responder los diferentes documentos técnicos y de negocios en el ámbito laboral de acuerdo a su objetivo comunicativo.

PERFIL PROFESIONAL
TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN COMPETENCIAS PROFESIONALES

COMPETENCIAS GENÉRICAS	Instrumentales	Interpersonales	Sistémicas	Valores
	Analítico Organización Puntualidad Comunicación Efectiva Capacidad de analizar, sintetizar y discriminar información Observador Capacidad para trabajar bajo presión	Confidencialidad Responsabilidad Discreción Liderazgo Perseverancia Capacidad para trabajar en equipo Seguridad de sí mismo Confiabilidad Tenaz Iniciativa Tolerancia Empatía Actitud de Servicio Automotivado Congruencia Negociación Respeto	Sistemático Proactivo Capacidad para trabajar por objetivos Emprendedor Propositivo Capacidad de negociación Capacidad para la toma de decisiones Flexible Autoestima Asertividad Disciplina Persuasión Dinámico Objetividad Creatividad Pensamiento Crítico Análisis Crítico	Honestidad Lealtad Compromiso con el medio ambiente Justicia Solidaridad Integridad Comportamiento Ético

PERFIL PROFESIONAL
TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN COMPETENCIAS PROFESIONALES

CAMPO LABORAL	ESCENARIOS DE ACTUACIÓN		
	El Técnico Superior Universitario en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia podrá desenvolverse en:		
	<ul style="list-style-type: none"> - Empresas públicas y privadas del sector industrial, comercial y de servicios. - Instituciones y organismos públicos - Organizaciones no gubernamentales - Su propia empresa 		
	OCUPACIONES PROFESIONALES		
	El Técnico Superior Universitario en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia podrá desempeñarse como:		
	<ul style="list-style-type: none"> Asesor independiente para Mipymes Empresario Jefe de departamento, supervisor, coordinador, jefe de oficina o asistente en las áreas: <ul style="list-style-type: none"> - Ventas y servicio - Mercadotecnia - Promoción y Publicidad - Relaciones públicas - Administración - Servicio a clientes - Comercio internacional - Distribución - Investigación de Mercados 		

PERFIL PROFESIONAL TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMPETENCIAS PROFESIONALES

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

CUATRIMESTRE ÁREAS	1o.	2o.	3o.	4o.	5o.	ESTADÍA	
CIENCIAS BÁSICAS APLICADAS	MATEMÁTICAS 60 HRS	ESTADÍSTICA PARA NEGOCIOS 75 HRS	FINANZAS 60 HRS			525 HRS.	
	ENTORNO DE LA ADMINISTRACIÓN 60 HRS						
	INFORMÁTICA PARA NEGOCIOS I 60 HRS	INFORMÁTICA PARA NEGOCIOS 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 75 HRS	PLAN DE EXPORTACIÓN 60 HRS		
		PRESUPUESTOS 60 HRS	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I 75 HRS	MEZCLA DE MERCADOTECNIA 90 HRS	COMERCIO ELECTRÓNICO 60 HRS		
FORMACIÓN TECNOLÓGICA		GESTION DE VENTAS 75 HRS	MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA 60 HRS	PRODUCCIÓN PUBLICITARIA I 75 HRS	PRODUCCIÓN PUBLICITARIA II 90 HRS		
			COMUNICACIÓN INTEGRAL DE 60 HRS	COMERCIO INTERNACIONAL 90 HRS	RELACIONES HUMANAS 60 HRS		
					INTEGRADORA II 30 HRS		
	LENGUAS	INGLÉS I 60 HRS	INGLÉS II 60 HRS	INGLÉS III 60 HRS	INGLÉS IV 60 HRS		INGLÉS V 60 HRS
		EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA 75 HRS					
	HABILIDADES GERENCIALES	FORMACION SOCIOCULTURAL I 30 HRS	FORMACION SOCIOCULTURAL II 45 HRS	FORMACION SOCIOCULTURAL III 30 HRS	FORMACION SOCIOCULTURAL IV 40 HRS		
TOTALES		525 HRS	525 HRS	525 HRS	525 HRS		