

**MAPA CURRICULAR
LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA
EN COMPETENCIAS PROFESIONALES
VIGENTE A PARTIR DE: SEPTIEMBRE 2024**

PRIMER CICLO DE FORMACIÓN			SEGUNDO CICLO DE FORMACIÓN			TERCER CICLO DE FORMACIÓN					
Primer cuatrimestre	Segundo cuatrimestre	Tercer cuatrimestre	Cuarto cuatrimestre	Quinto cuatrimestre	Sexto cuatrimestre	Séptimo cuatrimestre	Octavo cuatrimestre	Noveno cuatrimestre	Décimo cuatrimestre		
INGLÉS I 75 HRS	INGLÉS II 75 HRS	INGLÉS III 75 HRS	INGLÉS IV 75 HRS	INGLÉS V 75 HRS	ESTADÍA TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN MERCADOTECNIA	INGLÉS VI 75 HRS	INGLÉS VII 75 HRS	INGLÉS VIII 75 HRS	ESTADÍA LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA		
DESARROLLO HUMANO Y VALORES 60 HRS	HABILIDADES SOCIOEMOCIONALES Y MANEJO DE CONFLICTOS 60 HRS	DESARROLLO DEL PENSAMIENTO Y TOMA DE DECISIONES 60 HRS	ÉTICA PROFESIONAL 60 HRS	LIDERAZGO DE EQUIPOS DE ALTO DESEMPEÑO 60 HRS		HABILIDADES GERENCIALES 60 HRS	MERCADOTECNIA DIGITAL II 75 HRS	CULTURA EMPRENDEDORA 60 HRS			
MERCADOTECNIA 75 HRS	ESTADÍSTICA I 90 HRS	LEGISLACIÓN COMERCIAL 75 HRS	MEZCLA PROMOCIONAL 90 HRS	LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN 90 HRS		ESTADÍSTICA APLICADA A LOS NEGOCIOS 90 HRS	INTELIGENCIA DE MERCADOS 90 HRS	CADENA DE SUMINISTRO 75 HRS			
MATEMÁTICAS 75 HRS	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA 75 HRS	ESTADÍSTICA II 90 HRS	DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA 75 HRS	MERCADOTECNIA DE SERVICIOS 75 HRS		MERCADOTECNIA INTERNACIONAL 75 HRS	GESTIÓN DE LA CALIDAD 60 HRS	PLAN DE NEGOCIOS 90 HRS			
INFORMÁTICA 75 HRS	CONTABILIDAD PARA NEGOCIOS 75 HRS	SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I 90 HRS	SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II 75 HRS	MERCADOTECNIA DIGITAL I 75 HRS		DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS 75 HRS	INTELIGENCIA FINANCIERA 75 HRS	COMUNICACIÓN INTEGRAL DE LA MERCADOTECNIA 90 HRS			
FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y ENTORNO EMPRESARIAL 90 HRS	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR 60 HRS	ESTRATEGIAS DE PRODUCTO Y PRECIO 75 HRS	GESTIÓN DE VENTAS 90 HRS	MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA 90 HRS		TENDENCIAS DEL MERCADO Y CONSUMIDOR GLOBAL 90 HRS	ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN 75 HRS	DERECHO CORPORATIVO 75 HRS			
COMUNICACIÓN Y HABILIDADES DIGITALES 75 HRS	ECONOMÍA 90 HRS	PROYECTO INTEGRADOR I 60 HRS	ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO 60 HRS	PROYECTO INTEGRADOR II 60 HRS		PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO 60 HRS	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO 75 HRS	PROYECTO INTEGRADOR III 60 HRS			
525 HRS	525 HRS	525 HRS	525 HRS	525 HRS		600 HRS	525 HRS	525 HRS		525 HRS	600 HRS
1,575 HRS 98.43 CRÉDITOS			1,650 HRS 103.12 CRÉDITOS			2,175 HRS 135.93 CRÉDITOS					

MAPA CURRICULAR
LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA
EN COMPETENCIAS PROFESIONALES
VIGENTE A PARTIR DE: SEPTIEMBRE 2024

TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN MERCADOTECNIA**LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA****Primer Ciclo de Formación**
Competencias: Base, Transversales y Específicas**Segundo Ciclo de Formación**
Competencias: Base, Transversales y Específicas**Tercer Ciclo de Formación**
Competencias: Base, Transversales y Específicas

Específica: Gestionar el proceso de comercialización de productos y/o servicios a partir del diagnóstico de mercado, condiciones del entorno, estrategias de venta y herramientas administrativas, con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente, apegados a la legislación vigente para contribuir a la competitividad, posicionamiento nacional e internacional de la organización, así como el impacto y desarrollo social y económico de la región.

Específica: Desarrollar e implementar planes estratégicos con enfoque a la creación de unidades estratégicas de negocios a partir del análisis situacional del entorno, la mezcla de mercadotecnia, las políticas internas y la normatividad vigente, para contribuir al logro de objetivos organizacionales y a una posición competitiva en el ámbito nacional e internacional, fomentando la economía social y solidaria.

Específica: Evaluar unidades estratégicas de negocios a través de modelos estratégicos sostenibles e innovadores que busquen fortalecer la economía social y solidaria en mercados nacionales e internacionales, y aplicar la legislación vigente, considerando las tendencias del entorno globalizado para contribuir a la consolidación y rentabilidad de las organizaciones.

Segunda Lengua: 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 con el nivel A1, usuario básico, del Marco Común de Referencia Europeo para contribuir en el desempeño de sus funciones en su entorno laboral, social y personal.

Segunda Lengua: 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 con el nivel A2, usuario básico, del Marco de Referencia Europeo para contribuir en el desempeño de sus funciones en su entorno laboral, social y personal.

Segunda Lengua: Comunicar sentimientos, pensamientos, conocimientos, experiencias, ideas, reflexiones, opiniones, en los ámbitos públicos, personal, educacional y ocupacional, productiva y receptivamente en el idioma inglés de acuerdo con el nivel B1, usuario independiente, del Marco de Referencia Europeo para contribuir en el desempeño de sus funciones en su entorno laboral, social y personal.

Base: Gestionar, desarrollar y evaluar el proceso de la comercialización de productos y servicios, a través de la implementación de planes estratégicos, con enfoque a la creación de unidades estratégicas de negocios, utilizando modelos sostenibles e innovadores para la consolidación y rentabilidad de las organizaciones.

Formación integral: Actuar y dirigir su vida, con base en valores, principios éticos, habilidades socioemocionales, herramientas de pensamiento crítico, creativo e innovador, estrategias de asertividad, estilos de liderazgo, toma de decisiones y habilidades gerenciales, para lograr su autorrealización, contribuir al desarrollo de su entorno profesional y social fortaleciendo la convivencia armónica plena.

