

**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.

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios	<b>REVISÓ:</b>	Subdirección de Programas Educativos	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2009	

**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.

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios	<b>REVISÓ:</b>	Subdirección de Programas Educativos	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2009	



# PERFIL PROFESIONAL DESARROLLO DE NEGOCIOS ÁREA MERCADOTECNIA EN COMPETENCIAS PROFESIONALES




Versión Ejecutiva

## OCUPACIONES PROFESIONALES

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

- Asesor independiente para MiPyMES.
- 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.

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios	<b>REVISÓ:</b>	Subdirección de Programas Educativos	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2009	