

# 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