

Los contenidos se publicarán en cuanto la DGUTyP los autorice.

TERCER CICLO DE FORMACIÓN				
Séptimo cuatrimestre	Octavo cuatrimestre	Noveno cuatrimestre	Décimo cuatrimestre	
INGLÉS VI 75 HRS	INGLÉS VII 75 HRS	INGLÉS VIII 75 HRS	ESTADÍA LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA	
HABILIDADES GERENCIALES 60 HRS	MERCADOTECNIA INTERNACIONAL 75 HRS	CULTURA EMPRENDEDORA 60 HRS		
ESTADÍSTICA APLICADA A LOS NEGOCIOS 90 HRS	INTELIGENCIA DE MERCADOS 90 HRS	CADENA DE SUMINISTRO 75 HRS		
MERCADOTECNIA DIGITAL II 75 HRS	GESTIÓN DE LA CALIDAD 60 HRS	PLAN DE NEGOCIOS 90 HRS		
DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS 75 HRS	INTELIGENCIA FINANCIERA 75 HRS	COMUNICACIÓN INTEGRAL DE LA MERCADOTECNIA 90 HRS		
TENDENCIAS DEL MERCADO Y CONSUMIDOR GLOBAL 90 HRS	ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN 75 HRS	DERECHO CORPORATIVO 75 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		600 HRS
2,175 HRS 135.93 CRÉDITOS				

**NOMBRE Y FIRMA
 COORDINADOR(A) DEL GRUPO**

**SELLO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE
 UNIVERSIDADES TECNOLÓGICAS Y
 POLITÉCNICAS**

LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA

**Tercer Ciclo de Formación
Competencias: Base, Transversales y Específicas**

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, 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.

**NOMBRE Y FIRMA
COORDINADOR(A) DEL GRUPO**

**SELLO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE
UNIVERSIDADES TECNOLÓGICAS Y
POLITÉCNICAS**