

**MAPA CURRICULAR  
LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA  
EN COMPETENCIAS PROFESIONALES  
"MODALIDAD ESCOLARIZADA OPCIÓN DESPRESURIZADA"  
VIGENTE A PARTIR DE SEPTIEMBRE DE 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	Décimo primer cuatrimestre	Décimo segundo cuatrimestre	Décimo tercero cuatrimestre	Décimo cuarto cuatrimestre	
	INGLÉS I	INGLÉS II	INGLÉS III	ÉTICA PROFESIONAL	INGLÉS IV		INGLÉS V	<b>ESTADÍA TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN MERCADOTECNIA</b>	INGLÉS VI		INGLÉS VII	INGLÉS VIII	<b>ESTADÍA LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA</b>	
	75 HRS	75 HRS	75 HRS	60 HRS	75 HRS		75 HRS				75 HRS	75 HRS		
	DESARROLLO HUMANO Y VALORES	HABILIDADES SOCIOEMOCIONALES Y MANEJO DE CONFLICTOS	DESARROLLO DEL PENSAMIENTO Y TOMA DE DECISIONES				LIDERAZGO Y EQUIPOS DE ALTO DESEMPEÑO			MERCADOTECNIA INTERNACIONAL	HABILIDADES GERENCIALES			
	60 HRS	60 HRS	60 HRS				60 HRS			75 HRS	60 HRS			
MERCADOTECNIA		ESTADÍSTICA I	ESTADÍSTICA II	LEGISLACIÓN COMERCIAL	MEZCLA PROMOCIONAL	LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN				ESTADÍSTICA APLICADA A LOS NEGOCIOS		CADENA DE SUMINISTRO		PLAN DE NEGOCIOS
75 HRS		90 HRS	90 HRS	75 HRS	90 HRS	90 HRS				90 HRS		75 HRS		90 HRS
	MATEMÁTICAS		SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	CONTABILIDAD PARA NEGOCIOS	SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA	MERCADOTECNIA DE SERVICIOS			DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	GESTIÓN DE LA CALIDAD		COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MERCADOTECNIA
	75 HRS		90 HRS	75 HRS	75 HRS	90 HRS	75 HRS			75 HRS	75 HRS	60 HRS		90 HRS
INFORMÁTICA	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA					DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA	MERCADOTECNIA DIGITAL I			INTELIGENCIA FINANCIERA	MERCADOTECNIA DIGITAL II	CULTURA EMPRENDEDORA		
75 HRS	75 HRS					75 HRS	75 HRS			75 HRS	75 HRS	60 HRS		
FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y ENTORNO EMPRESARIAL	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	ECONOMÍA		ESTRATEGIAS DE PRODUCTO Y PRECIO	GESTIÓN DE VENTAS				TENDENCIAS DE MERCADO Y CONSUMIDOR GLOBAL	INTELIGENCIA DE MERCADOS		DERECHO CORPORATIVO		
90 HRS	60 HRS	90 HRS		75 HRS	90 HRS				90 HRS	90 HRS		75 HRS		
COMUNICACIÓN Y HABILIDADES DIGITALES				PROYECTO INTEGRADOR I		ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO	PROYECTO INTEGRADOR II			PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	PROYECTO INTEGRADOR III		
75 HRS				60 HRS		60 HRS	60 HRS			60 HRS	75 HRS	60 HRS		
<b>315 HRS</b>	<b>345 HRS</b>	<b>315 HRS</b>	<b>315 HRS</b>	<b>345 HRS</b>	<b>330 HRS</b>	<b>315 HRS</b>	<b>345 HRS</b>	<b>600 HRS</b>	<b>405 HRS</b>	<b>375 HRS</b>	<b>405 HRS</b>	<b>390 HRS</b>	<b>600 HRS</b>	
<b>1,635 H 102.18 CRÉDITOS</b>					<b>1,590 HRS 99.37 CRÉDITOS</b>				<b>2,175 HRS 135.94 CRÉDITOS</b>					

**MAPA CURRICULAR  
LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA  
EN COMPETENCIAS PROFESIONALES  
"MODALIDAD ESCOLARIZADA OPCIÓN DESPRESURIZADA"  
VIGENTE A PARTIR DE: SEPTIEMBRE 2024**

	TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN MERCADOTECNIA	LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA
<p align="center"><b>Primer Ciclo de Formación</b> Competencias: Base, Transversales y Específicas</p>	<p align="center"><b>Segundo Ciclo de Formación</b> Competencias: Base, Transversales y Específicas</p>	<p align="center"><b>Tercer Ciclo de Formación</b> Competencias: Base, Transversales y Específicas</p>
<p><b>Específica:</b> 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.</p>	<p><b>Específica:</b> 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.</p>	<p><b>Específica:</b> 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.</p>
<p><b>Segunda Lengua:</b> 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.</p>	<p><b>Segunda Lengua:</b> 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.</p>	<p><b>Segunda Lengua:</b> 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.</p>
<p align="center"><b>Base:</b> 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.</p>		
<p align="center"><b>Formación integral:</b> 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.</p>		