

# LICENCIATURA EN RELACIONES COMERCIALES



Formar profesionales capaces de analizar plantear operar controlar y dirigir todas las actividades del área comercial con una visión integral de las tendencias de los mercados logrando cumplir con los objetivos de las organizaciones con un amplio sentido social.

## Perfil del Aspirante

- Interés sobre el ámbito comercial.
- Disposición para expresarse de manera oral y escrita.
- Interés por trabajar en equipo
- Capacidad de análisis.
- Calidad moral y responsabilidad.
- Actitud de compromiso, entusiasmo e identificación con la institución.

## Perfil del Egresado

### Conocimientos

- Desarrollo de planes estratégicos de mercadotecnia y ventas.
- Desarrollo de planes estratégicos de comunicación mercadológica.
- Manejo adecuado de tecnologías de información.
- Dominio del idioma inglés de forma competente, comunicación efectiva en las etapas del proceso mercadológico.
- Manejo adecuado de programas de cómputo como herramientas en el ejercicio profesional.

### Habilidades:

- Trabajo en equipo, solución de problemas comerciales, comunicación oral, escrita y gráfica
- Toma de decisiones, liderazgo, directiva, visionario, pensador estratégico.

### Actitudes

- Competitivo, empático, asertivo, negociador, Iniciativa, disposición.

### Valores

- Ética profesional, calidad moral, responsabilidad, tolerancia, respeto y compromiso.



# PLAN DE ESTUDIOS

## NIVEL I

- Tecnologías de Información y Comunicación
- Comunicación Oral y Escrita
- Solución de Problemas y Creatividad
- Desarrollo Sustentable
- Fundamentos de Administración
- Fundamentos de Economía
- Fundamentos de Comportamiento Organizacional
- Fundamentos de Derecho
- Fundamentos de Contabilidad
- Fundamentos de Mercadotecnia
- Matemáticas para Negocios
- Seminario de Investigación

## NIVEL II

- Relaciones Públicas
- Costos de Comercialización
- Medios Publicitarios
- Sistemas de Información de Mercadotecnia
- Introducción a la Comunicación Integral
- Comportamiento del Consumidor \*\*
- Introducción a la Venta
- Estadística Aplicada
- Taller de Manejo de Base de Datos
- Derecho Mercantil
- Método Estadístico

## NIVEL III

- Optativa A\*\*\*
- Investigación de Mercados Cuantitativa y Cualitativa
- Mercadotecnia Analítica \*\*
- Venta Especializada
- Crédito y Cobranzas
- Técnicas y Habilidades de Venta
- Tendencias Económicas Globales
- Macroeconomía

## NIVEL IV

- Optativa B\*\*\*
- Optativa C\*\*\*
- Estudio e Interpretación de Estados Financieros
- Compras
- Mercadotecnia Directa \*\*
- Canales de Distribución y Logística
- Medios Promocionales de Venta
- Aplicaciones de Informática Comercial \*\*
- Investigación de Mercados Aplicada
- Administración de Ventas

## NIVEL V

- Servicio social
- Electiva
- Dirección Estrategia Comercial
- Planeación Estratégica de la Comunicación Integral
- Proyecto de Investigación Aplicada
- Administración de Productos y Servicios \*\*
- Medición y Desarrollo de los Mercados
- Taller de Desarrollo de Negocios

## LICENCIATURA EN RELACIONES COMERCIALES

### OPTATIVA A

- E- Commerce
- Manejo Estratégico de Proveedores
- Investigación de Operaciones para la Toma de Decisiones Mercadológicas
- Mercadotecnia Internacional
- Mercadotecnia Política
- Mercadotecnia Ecológica
- Desarrollo Humano Integral

### OPTATIVA B

- Ventas Estratégicas y Factor Humano
- Estrategia de Venta Directa
- Estrategia de Mercadotecnia Digital
- Mercadotecnia Estratégica
- Manejo de Patentes y Marcas
- Franquicias y Licencias
- Procesos Mercantiles Internacionales
- Administración Avanzada de Crédito y Cobranzas

### OPTATIVA C

- Administración Detallista (retail)
- Elementos de Mercadotecnia Interactiva
- Taller de Competitividad Empresarial
- Comercialización Avanzada
- Taller de Habilidades Directivas
- Taller de Comunicación Integral
- Dirección de Operaciones Logísticas
- Presentación de Proyectos para la Dirección
- Estratégica
- Temas Avanzados de Mercadotecnia

MAPA CURRICULAR POR NIVELES CON CRÉDITOS SATCA

NIVEL	MAPA CURRICULAR POR NIVELES CON CRÉDITOS SATCA																												
V									Servicio Social		ELECTIVA		Dirección Estratégica Comercial		Planeación Estratégica de la Comunicación Integral		Proyecto de Investigación Aplicada		Administración de Productos y Servicios **		Medición y Desarrollo de los Mercados		Taller de Desarrollo de Negocios						
									9.8		11.0		54/36 5.2		54/36 5.2		36/72 4.1		54/54 6.1		54/36 5.2		54/36 5.2		51.8				
IV	OPTATIVA B				OPTATIVA C				Estudio e Interpretación de Estados Financieros		Compras		Mercadotecnia Directa **		Canales de Distribución y Logística		Medios Promocionales de Venta		Aplicaciones de Informática Comercial **		Investigación de Mercados Aplicada		Administración de Ventas						
	54/36 5.2		54/36 5.2		54/18 4.3		36/36 4.1		54/54 6.1		36/36 4.1		36/54 5.0		54/72 7.0		54/36 5.2		54/36 5.2		54/36 5.2		51.4						
III									OPTATIVA A		Investigación de Mercados Cuantitativa y Cualitativa		Mercadotecnia Analítica **		Venta Especializada		Crédito y Cobranzas		Técnicas y Habilidades de Venta		Tendencias Económicas Globales		Macroeconomía						
									54/36 5.2		36/54 5.0		54/54 6.1		54/36 5.2		36/54 5.0		54/36 5.2		54/36 5.2		54/36 5.2		42.1				
II	Relaciones Públicas				Costos de Comercialización				Medios Publicitarios				Sistemas de Información de Mercadotecnia		Introducción a la Comunicación Integral		Comportamiento del Consumidor **		Introducción a la Venta		Estadística Aplicada		Taller de Manejo de Base de Datos		Derecho Mercantil		Método Estadístico		
	36/36 4.1		36/36 4.1		54/36 5.2		36/54 5.0		54/36 5.2		54/54 6.1		54/36 5.2		36/54 5.0		36/54 5.0		54/36 5.2		54/36 5.2		54/36 5.2		55.3				
I	Comunicación Oral y Escrita		Tecnologías de Información y Comunicación		Desarrollo Sustentable		Solución de Problemas y Creatividad		Fundamentos de Economía		Fundamentos de Administración		Fundamentos de Comportamiento Organizacional		Fundamentos de Contabilidad		Fundamentos de Mercadotecnia		Seminario de Investigación		Fundamentos de Derecho		Matemáticas para Negocio						
	36/36 4.1		18/72 4.7		36/36 4.1		36/36 4.1		18/54 3.8		18/54 3.8		18/90 5.8		18/54 3.8		18/54 3.8		18/72 4.7		54/0 3.4		36/54 5.0		50.9				

	ÁREA DE FORMACIÓN INSTITUCIONAL	17.0
	ÁREA DE FORMACIÓN CIENTÍFICA BÁSICA	64.7
	ÁREA DE FORMACIÓN PROFESIONAL	112.8
	ÁREA DE FORMACIÓN TERMINAL Y DE INTEGRACIÓN	56.8
		251.3

\*\* Unidades de aprendizaje con acompañamiento de Inglés técnico