

PERFIL DE INGRESO

Licenciaturas en Administración, Mercadotecnia, Comunicación, Ciencias Administrativas, Comercio Internacional, Ingeniería, Tic's, Informática Áreas Económicas Administrativas.



MAESTRÍA EN NEGOCIOS Y COMERCIO ELECTRÓNICO

OBJETIVOS GENERALES

Los estudiantes serán capaces de constituir un elemento preponderante en el desarrollo económico, social y cultural de su entorno, mediante el diseño y ejecución de planes estratégicos de negocios aplicados a los productos y servicios existentes y por implementar, con el eje transversal de las tecnologías de la información y comunicación aplicadas al comercio electrónico, empleando para ello, los preceptos básicos de la gestión y toma de decisiones en los nuevos modelos de negocios, la comunicación digital, los esquemas de gobierno y de economía internacional, el marketing 3.0 y la seguridad informática; teniendo en cuenta el rigor de la investigación científica y los hábitos de trabajo profesional que incluyan la ética empresarial, la responsabilidad social, la disposición de servicio y colaboración, así como el respeto por el medioambiente y los derechos humanos.

PERFIL DEL EGRESADO

I. LOS CONOCIMIENTOS

- Diseñar e implementar estrategias de marketing aplicada a los negocios, basadas en investigaciones sobre mercados específicos.
- Desarrollar y ejecutar planes de negocios con diferentes perfiles en los mercados local e internacional.
- Planear e implementar la comercialización de bienes y servicios, de acuerdo a las características del producto y las organizaciones.
- Reconocer y aplicar nuevos modelos de distribución y logística para la comercialización.
- Crear, innovar y adaptar estrategias de promoción de negocios, a través del conocimiento del consumidor y el uso de medios de comunicación y distribución.
- Analizar y aplicar métodos y procesos logísticos en distintas áreas de una organización y su operación cotidiana, con calidad total.
- Detectar las tendencias y aplicar las estrategias económicas, sociales y culturales que conforman la mercadotecnia del siglo XXI, aplicada al comercio electrónico.
- Detectar y potenciar el impacto en el comercio electrónico de las nuevas tecnologías de comunicación e intercambio de la información.

II. LAS HABILIDADES

- Desarrollar y gestionar procesos para la toma de decisiones estratégicas en los negocios.
- Diagnosticar e interpretar el contexto internacional para el desarrollo de nuevos negocios
- Aplicar al comercio electrónico la legislación y el derecho mercantil.
- Transversalizar los principios de la responsabilidad social empresarial en el desarrollo de los negocios.
- Interpretar los distintos escenarios financieros de impacto en los negocios.
- Promover la innovación tecnológica.
- Entender y analizar las distintas áreas de gestión y protección que rodean el proceso de manejo de información de datos dentro del comercio electrónico.
- Implementar proceso de certificación en la logística y comercialización de productos y servicios.

R.V.O.E. S.E.P

SSEMSys

1349304

III. LAS ACTITUDES

- Compromiso con la labor empresarial y de negocios con responsabilidad social.
- Comportamiento personal de compromiso con el desarrollo de la comunidad.
- Disposición de servicio y colaboración.
- Solidaridad con compañeros, clientes y sociedad en general.
- Decisión para emprender y arriesgarse.
- Inclínación por el trabajo y las acciones con calidad total.
- Respeto por el medio ambiente y los derechos humanos.

IV. LAS DESTREZAS

- Establecer sistemas de calidad total en la logística, adaptados a las necesidades de los negocios.
- Implementar estrategias de comercialización basadas en la psicología del consumidor.
- Potenciar la efectividad de plan de negocios mediante la realización de estudios de mercados.
- Manejar herramientas digitales actualizadas que optimicen recursos en el comercio electrónico.
- Aplicar el método científico en todas las investigaciones, tanto teóricas como prácticas
- Desempeñar diferentes funciones, de acuerdo con los requisitos de la organización.
- Gestionar el conocimiento empresarial a través de modelos tecnológicos. Impulsar el desarrollo empresarial mediante la práctica de la comunicación digital.

CURRICULA

Primer Cuatrimestre

- Planeación Estratégica en Marketing y Negocios
- Psicología del Consumo
- Modelos y Sistemas de Comercialización
- Marketing Financiero

Segundo Cuatrimestre

- Desarrollo de Operaciones Logísticas
- Legislación y Derecho Mercantil
- Diseño de Investigaciones Receptorales (Seminario de Investigación I)
- Logística y Calidad Total

Tercer Cuatrimestre

- Negocios, Gobierno y Economía Internacional
- Comercio Electrónico y Seguridad Informática
- Gestión y Toma de Decisiones en los Negocios
- Comunicación Digital

Cuarto Cuatrimestre

- Marketing 3.0 y Nuevos Modelos de Negocios
- Ética Empresarial y Responsabilidad Social
- Seminario de Metodología y Práctica de la Investigación (Seminario de Investigación II)
- TIC Aplicadas al Comercio Electrónico

25 años

DE PASIÓN POR LA EDUCACIÓN
CON CALIDAD Y EXCELENCIA

1 año
4 meses