

INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

Secretaría Académica Dirección de Educación Superior

PLAN DE ESTUDIOS

	UNIDAD ACADÉMICA: Escuela Superior de	e Comercio y Adminis	stración unidados San	to Tomás v Tononon	
	NOMBRE DEL PROGRAMA ACADÉMICO:			to romas y repepan.	7 1
	NOMBRE DEL TÍTULO: Licenciado en Rela		cones conterciales.	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	E .
	AÑO DEL REDISEÑO: 2021		OTID DE: Agests 2000		
			RTIR DE: Agosto 2022	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	X
		AÑO: 1966.		PARTIR DE:	
		AÑO: 1972. AÑO: 1974. AÑO: 1989. AÑO: 1999. AÑO: 2008.	VIGENTE A VIGENTE A VIGENTE A	PARTIR DE: PARTIR DE: PARTIR DE: PARTIR DE: PARTIR DE: Agosto 200	9.
			Nº DE CRÉDITOS E	OR PROGRAMA ACADÉ	MICO
	CLAVE DEL PROGRAMA ACADÉMICO: 51	DC03001		ATCA	INICO.
	ÁREAS INSTITUCIONALES DE FORMACIÓ	N, EN PORCENTAJE	E: Formación 46%	Formación	15%
	Institucional	ifica Básica (FCB)	Profesional (FP)	Terminal y de Integración (FTI)	15%
	ÁREAS CURRICULARES DEL PLAN DE ES	TUDIOS EN PORCE	NTAJE:		
		as de la ería (CI)	Ingeniería Aplicada (IA)	Ciencias Sociales y Humanidades (CSH)	
	N° TOTAL HORAS TEORÍA/SEMANA/SE N° TOTAL HORAS/TEORÍA: 1872.		N° TOTAL HORAS PI		ESTRE:
	MODALIDAD: Escolarizada y no escolarizad	da			
9			3	1	* * * * * * * * * * * * * * * * * * * *
SECUTION				31/05/2021	3
	M. en A. JUAN FLORES SAAVEDRA PRESIDENTE DELIHIO.TICE. DELIHESCA SANTO TOMAS TO TOMAS DIRECCIÓN	FECHA DE APRO	DBACIÓN POR LA SIÓN DE DÈMICOS DEL CGC	FECHA DE APROBACIÓ CGC	N DEL
SECRETA SUCACIÓ	CP. JOSÉ ALFREDO BENITEZ IBARRA PRESIDENTE DEL H.C.T.C.E. DE LA ESCA				
S.C.A.	TEPEPAN TEPEPAN CION			Agosto 2022	
	ING. JUAN MANUEL VELAZQUEZ, PETO DIRECTOR DE EDUCAÇION SUPERIOR	FECHA DE RE DIRECCIÓN	IM/AA) GISTRO DE LA GENERAL DE SIONES	VIGENTE A PARTIR	DE
Į	INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL Dirección de Educación Superior		į į		2 1 1

3.2 CONTENIDOS Y ESTRUCTURA CURRICULAR: (mapa reticular)

Tabla No. 1 Unidades de aprendizaje, horas y créditos calculados con sistema TEPIC

SEMESTRE 1	T	P	T/H	TEPIC
TÉCNICAS Y HABILIDADES DE VENTAS	3	3	6	9
INTRODUCCIÓN A LA MERCADOTECNIA	2	2	4	6
MATEMÁTICAS PARA NEGOCIOS	0	4	4	4
ECONOMÍA DE LA EMPRESA	2	2	4	6
FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN	1	3	4	5
HABILIDADES PARA LA COMUNICACIÓN	2	2	4	6
HERRAMIENTAS DIGITALES BÁSICAS	2	2	4	6
TOTAL	12	18	30	42

SEMESTRE 2	T		T/H	TEPIC
VENTA ESPECIALIZADA	2	3	5	7
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	2	2	4	6
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS CUALITATIVA	2	3	5	7
ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA	1	3	4	5
TALLER DE ANÁLISIS DE DATOS	1	4	5	6
PENSAMIENTO INNOVADOR Y TOMA DE DECISIO	2	2	4	6
DESARROLLO SUSTENTABLE	2	2	4	6
TOTAL	12	19	31	43

SEMESTRE 3	Ī	P	T/H	TEPIC
MANEJO Y SEGUIMIENTO DE CLIENTES	2	2	4	6
COMUNICACIÓN COMERCIAL INTEGRADA	3	1	4	7
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS CUANTITATIVA	2	3	5	7
MACROECONOMÍA	1	3	4	5
FUNDAMENTOS DE DERECHO	4	0	4	8
APLICACIONES DE INFORMÁTICA COMERCIAL	1	4	5	6
ESTADÍSTICA INFERENCIAL	1	3	4	5
TOTAL	14	16	30	44

SEMESTRE 4	T	P	T/H	TEPIC
PLANEACIÓN DE OPERACIONES LOGÍSTICAS	2	3	5	7
MERCADOTECNIA ANALÍTICA	3	3	6	9
PUBLIC RELATIONS	2	2	4	6
SISTEMAS DE INFORMACIÓN COMERCIAL	2	3	5	7
DERECHO COMERCIAL	2	2	4	6
DESARROLLO HUMANO	1	3	4	5
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA	2	2	4	6
TOTAL	14	18	32	46

SEMESTRE 5	T	P	T/H	TEPIC
SUPLY CHAIN MANAGEMENT	2	3	5	7
MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA	2	3	5	7
PUBLICIDAD	2	2	4	6
MARKET ANALYSIS AND MEASUREMENT	2	3	5	7
MERCADOTECNIA DIGITAL	1	3	4	5
CONTABILIDAD DE NEGOCIOS Y COSTOS	. 2	3	. 5	7
PROPIEDAD INTELECTUAL	2	2	4	6
TOTAL	13	19	22	45

SEMESTRE 6	Ū	P	T/H	TEPIC
OPTATIVA I	1	3	4	5
COMPRAS ESTRATÉGICAS	2	3	5	7
MERCADOTECNIA DIRECTA E INTERACTIVA	2	3	5	7
MEDIOS PUBLICITARIOS	2	3	5	7
CRÉDITO, COBRANZAS Y PRESUPUESTOS	2	2	4	6
TENDENCIAS ECONÓMICAS GLOBALES	2	2	4	6
COMPORTAMIENTO HUMANO EN EL TRABAJO	2	2	4	6
TOTAL	13	18	31	44

SEMESTRE 7	Ī	P	T/H	TEPIC
OPTATIVA II	1	3	4	5
ADMINISTRACIÓN DE VENTAS	2	3	5	7
MARKETING ADVANCED TOPICS	2	2	4	6
PROMOCIÓN DE VENTAS	2	3	5	7
GESTIÓN DIRECTIVA	2	2	4	6
ANÁLISIS FINANCIERO	2	2	4	6
*ELECTIVA				8
TOTAL	11	15	26	45

SEMESTRE 8	T	P	T/H	TEPIC
OPTATIVA III	1	3	4	5
DIRECCIÓN COMERCIAL ESTRATÉGICA	1	4	5	6
BRAND, PRODUCTS AND SERVICES	1	4	5	6
TALLER DE PRODUCCIÓN GRÁFICA Y AUDIOVISUA	1	4	5	6
DESARROLLO DE NEGOCIOS	1	3	4	5
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN APLICADA	1	3	4	5
TOTAL	6	21	27	33

Tabla 2. Unidades de aprendizaje optativas por trayectoría

OPTATIVAS	网络沙巴西亚沙 里拉特里拉	SEMESTRE	
BLOQUES	VI	VII	VIII
MERCADOTECNIA DIGITAL EN EL ÁMBITO GLOBAL	MERCADOTECNIA DE SERVICIOS Y NEGOCIOS DIGITALES	MERCADOTECNIA SOCIAL	MERCADOTECNIA INTERNACIONAL EN NEGOCIOS DIGITALES
COMUNICACIÓN EN EL ENTORNO DIGITAL	COMUNICACIÓN DIGITAL EN SOCIAL MEDIA	MERCHANDISING	PROYECTOS DE COMUNICACIÓN INTELIGENTE
INTELIGENCIA COMERCIAL	DIAGNÓSTICO DE PROBLEMAS MERCADOLÓGICOS	MODELOS DE INVESTIGACIÓN E INTELIGENCIA DE MERCADOS	ANALÍTICA DE DATOS Y TOMAS DE DECISIONES
DIRECCIÓN COMERCIAL	ADMINISTRACIÓN RETAIL	E-BUSINESS	GESTIÓN DE CUENTAS CLAVE

Tabla 3. Distribución porcentual de unidades de aprendizaje por área de formación

De acuerdo con los cálculos realizados, las unidades de aprendizaje tienen la siguiente distribución porcentual por área de formación, en la estructura curricular:

Área de formación	Unidades de aprendizaje	Créditos TEPIC	Porcentaje
INSTITUCIONAL	4	24	7%
CIENTÍFICO BÁSICA	19	110	32%
PROFESIONAL	23	157	46%
TERMINAL Y DE INTEGRACIÓN	9* *Considerando la electiva.	51	15%

Tabla 4. Distribución porcentual de las áreas curriculares en la estructura curricular

De acuerdo con los cálculos realizados, las áreas curriculares tienen la siguiente distribución porcentual en la estructura curricular:

Área curricular	Créditos TEPIC	Porcentaje
VENTAS, COMPRAS Y	56	16.4%
DISTRIBUCIÓN	00	10.470
MERCADOTECNIA	52	15.2%
INFORMACIÓN COMERCIAL	28	8.2%
COMUNICACIÓN COMERCIAL	39	11.4%
HUMANÍSTICA	28	8.2%
ADMINISTRACIÓN	22	6.4%
ECONOMÍA	17	5.0%
FINANZAS	19	5.6%
TECNOLOGÍAS DE LA		5 '8 '8
INFORMACIÓN Y	18	5.3%
COMUNICACIÓN		
DERECHO	20	5.8%
MATEMÁTICAS	14	4.1%
DESARROLLO SUSTENTABLE	6	1.8%
ELECTIVA	8	2.3%
OPTATIVAS	15	4.4%