

Licenciatura en Administración de Ventas



utel.edu.mx

(55) 3684.1409

01.800.444.8835

contacto@utel.edu.mx

La **Licenciatura en Administración de Ventas** forma especialistas con un marco ético y un pensamiento creativo que permita proponer diversas soluciones a los distintos retos que enfrente como profesional, además de contar con las habilidades y conocimientos suficientes para el desarrollo o administración de estrategias y metodologías que ayuden al desarrollo de la empresa o institución.



¿Qué habilidades y conocimientos desarrollaré?

- Elaboración de diagnósticos para la formulación de metodologías de trabajo en el ámbito de las ventas.
- Teoría administrativa y nuevos modelos aplicables al entorno empresarial moderno.
- Administración de planes de negocios.
- Comunicación y negociación para grupos de trabajo.
- Trabajo colaborativo en equipos multidisciplinarios.
- Aplicación de una visión estratégica empresarial.
- Evaluación de las tecnologías para desarrollar ventajas competitivas.
- Razonamiento matemático para el análisis y resolución de problemas.

¿Dónde podré trabajar?

El egresado habrá adquirido conocimientos teóricos y prácticos en la administración y diseño de planes estratégicos que ayuden a la comercialización y aumento de la competitividad de organizaciones de índole privada o gubernamental, desempeñándose en puestos tales como:

- Gerente comercial
- Director de ventas
- Jefe de comercialización
- Coordinador de análisis de ventas

Asignaturas

Principios y perspectivas de la administración

Fundamentos de las ventas

Información financiera

Introducción a las matemáticas

Bases jurídicas y mercantiles

Comportamiento organizacional

Mercadotecnia integral y estratégica

Matemáticas para los negocios

Contratos mercantiles y bancarios

Mercadotecnia Estratégica

Contabilidad administrativa y de costos

Estadística para negocios

Entorno socioeconómico y estratégico de las empresas

Administración del capital humano

Derecho del consumidor

Información económica y financiera

Administración financiera

Segmentación de mercados

Comportamiento del consumidor

Derecho empresarial y corporativo

Investigación de mercados

Estrategias de precios

Comunicación aplicada a promoción y ventas

Logística empresarial

Ventas y administración de ventas

Marcas y desarrollo de nuevos productos

Promoción de ventas

Comunicación persuasiva

Técnicas de ventas

Publicidad

Optativa I

Optativa II

Estrategias de servicio al cliente

Fundamentos de investigación

Optativa III

Optativa IV

Seminario de tesis

Técnicas de negociación

Comercialización de productos y servicios

Optativa V

Asignaturas Optativas*

Línea Optativa 1

Relaciones públicas

Desarrollo de habilidades directivas

Análisis e interpretación de estados financieros

Plan de negocios

Formulación y evaluación de proyectos de inversión

Línea Optativa 2

Normas de control de calidad

Publicidad en medios masivos alternativos y digitales

Mercadotecnia social

Mercadotecnia en la web

Ética y responsabilidad social

Créditos Totales: 313.5

*Las líneas optativas están conformadas por cinco materias que no se pueden mezclar entre sí. El alumno deberá elegir alguna de estas líneas y una vez seleccionada, no se podrá cambiar. Adicionalmente, deberá cursar 4 materias co-curriculares.

Este plan de estudio se encuentra incorporado al Sistema Educativo Nacional, con fecha 29 de noviembre de 2017 y Número de Acuerdo 20181988, emitido por la Dirección de Instituciones Particulares de Educación Superior, de la Secretaría de Educación Pública.