

Aula Invertida

Gracias a las nuevas tecnologías, aplicaciones y herramientas de la llamada web 2.0, Instituto de Estudios Superiores TecMás a determinado implementar un **nuevo método de enseñanza innovador** llamado flipped classroom o **Aula invertida** metodología que propone darle la vuelta a la clase convencional e invertir el orden del proceso de aprendizaje.



Convierte a los alumnos en protagonistas de su propio aprendizaje



Permite atender la diversidad del aula



Más tiempo para resolver dudas y consolidar conocimientos en clase



Fomenta un aprendizaje más profundo y significativo



Favorece el desarrollo de las competencias mediante el trabajo individual y colaborativo



Motiva a los estudiantes

Aprendizaje Híbrido

Hablamos de clases híbridas nos referimos a un método educativo que combina la educación online con la presencial, aprovechando los aspectos positivos de cada una de ellas y aumentando la eficacia del aprendizaje.



Aprendizaje autónomo
Material audiovisual
Lecturas
Investigación



Clases presenciales interactivas
Debate
Experimentos
Proyectos
Dinámicas



Acompañamiento
Práctica guiada
Retroalimentación efectiva
Refuerza comunicación con docentes



Licenciatura en Comercio y Mercadotecnia

Modalidad No Escolarizada



Horarios Accesibles



Sistema de beca



Sin examen de admisión



Modelo educativo de vanguardia

Termina en sólo 3 años

Inscripciones Abiertas



Mérida número 302, Col. el Coecillo, León Gto. CP 37260



Alfonso Trueba Olivares #117, Col. Villas del Paraíso, Celaya Gto. CP 38040



477 101 20 53
477 252 96 06



461 103 07 14

Perfil de Ingreso

Al inicio del plan de estudios de la Licenciatura en Comercio y Mercadotecnia, el alumno deberá cumplir con los siguientes conocimientos, habilidades, destrezas y aptitudes en:

CONOCIMIENTOS EN:

- Las reglas gramaticales aceptadas y la buena presentación de trabajos.
- El entorno actual del país en materia económica, política y social.
- En el área de redacción, ortografía y sintaxis.
- Elementos de análisis histórico y cultural de México.
- Historia de la cultura de manera general.
- Conocimientos básicos en el estudio de la lógica.
- Diferencial, Estadística y Geometría Analítica.

HABILIDADES PARA:

- Analizar los problemas actuales del país en tanto las áreas económicas, políticas y sociales.
- Análisis y disertación (oral y escrita) sobre temas relacionados con la realidad social, política, económica y coyuntural.
- Observar y analizar problemas relacionados con los procesos de comunicación.
- Expresar de manera clara y adecuadas posturas ante situaciones concretas.
- Resolver problemas matemáticos.

DESTREZAS PARA:

- Utilizar el lenguaje oral y escrito como una herramienta para relacionarse.
- Manejar de manera básica las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para la transmisión de mensajes.
- Desarrollo de la creatividad y la innovación del conocimiento para proponer soluciones a problemas específicos.
- Dar solución a problemas de índole matemática y de uso lógico.

ACTITUDES DE:

- Para la comunicación interpersonal y grupal.
- Capacidad crítica.
- Creatividad.
- Servicio a la gente.
- Facilidad de palabra.
- Facilidad para trabajar en equipo.
- Ética personal.

Perfil de Egreso

Al finalizar el plan de estudios de la Licenciatura en Comercio y Mercadotecnia el egresado deberá cumplir con los siguientes conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes en:

Conocimientos en:

- Las teorías administrativas y su aplicación en el contexto organizacional.
- Los elementos de la administración de las organizaciones, como son la división del trabajo, la autoridad y el poder, el rediseño y la reorganización de las empresas.
- Los sistemas electrónicos para la administración de la facturación, las cuentas por cobrar y las nóminas.
- Los estados financieros que le permitan ubicar diversas alternativas para mejorar la situación financiera de la empresa.
- Los elementos de la comercialización y las ventas en las organizaciones.
- La apertura y crecimiento de PYMES en México, que le permitan diseñar programas estratégicos a la medida.
- Las principales funciones del departamento de recursos humanos y la estructura funcional del mismo.

Habilidades para:

- Interpretar y aplicar los procedimientos de la contabilidad de costos para la toma de decisiones dentro de la organización.
- Diseñar estrategias contables innovadoras para su aplicación en las empresas.
- Proporcionar asesoría en áreas tales como: factor humano, finanzas, calidad, procesos administrativos, producción y con ello llevar un proceso de mejora.
- Aplicar los conocimientos y habilidades de ventas.
- Movilizar el factor humano en beneficio de las ventas, mediante la motivación, el liderazgo y el control.
- Presentar estudios financieros a bancos o a Instituciones de crédito o de inversión estableciendo claramente la situación de la organización.

Destrezas para:

- Emplear técnicas administrativas para planear, organizar, integrar, dirigir y controlar empresas.
- Realizar el análisis e interpretación de los estados financieros.
- Generar y crear estrategias mercadológicas de intervención en la empresa para lograr la satisfacción de los consumidores.
- Emplear instrumentos de tipo financiero y contable que apoyen en el análisis de las perspectivas económicas de las empresas.
- Aplicar las estrategias mercadológicas de intervención en la empresa para lograr la satisfacción de los consumidores.
- Usar técnicas necesarias para estructurar empresas orientadas hacia la eficiencia y eficacia de sus recursos.
- Manejar conflictos dentro de una organización.
- Organizar y manejar parámetros del sistema financiero en el proceso administrativo.

Actitudes:

- Mantener una actitud de progreso y emancipación por los conocimientos que posee.
- Creatividad en el diseño de sistemas de información.
- Promover un ambiente de excelencia y calidad en las empresas.
- Apertura al cambio en la implementación de tecnologías.
- Valorar la importancia del código fiscal de la federación.
- Mostrar interés por trabajar interdisciplinariamente.
- Empatía con la filosofía de las organizaciones.
- Reforzar su capacidad de escucha activa, para lograr el trabajo colaborativo.
- Tomar decisiones estratégicas.

Plan de Estudios

- FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN
- INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL DERECHO
- TALLER DE HERRAMIENTAS DE ORGANIZACIÓN PERSONAL
- ECONOMÍA
- ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL HUMANO
- MERCADOTECNIA
- DESARROLLO HUMANO
- ESTADÍSTICA
- LEGISLACIÓN LABORAL
- ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR
- INTRODUCCIÓN A LAS FINANZAS
- TEMAS SELECTOS DE CONTABILIDAD I
- CALIDAD, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD
- INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LAS VENTAS
- NEGOCIACIÓN Y TOMA DE DECISIONES
- TEMAS SELECTOS DE CONTABILIDAD II

- PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR
- PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN MASIVA
- CREATIVIDAD, INNOVACIÓN Y LIDERAZGO
- TEMAS SELECTOS DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL
- ECONOMÍA INTERNACIONAL
- PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA
- TALLER DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
- DISEÑO DE MARCA E IDENTIDAD CORPORATIVA
- MODELOS DE NEGOCIOS
- PROMOCIÓN DE VENTAS
- DERECHO MERCANTIL
- DISEÑO DE SERVICIOS Y PRODUCTOS

- CREACIÓN DE GRANDES Y MEDIANAS EMPRESAS
- PRODUCCIÓN IMPRESA Y MEDIOS
- DISEÑO Y EVALUACIÓN DE PLANES MERCADOLÓGICOS
- NEGOCIOS INTERNACIONALES
- ESTUDIO DE LA IMAGEN EN CAMPAÑA POLÍTICA
- COACHING EMPRESARIAL
- EXHIBICIONES Y PRODUCCIÓN DE EVENTOS
- ESTRATEGIAS DE ALTA DIRECCIÓN
- ÁREA BÁSICA
- ÁREA INSTRUMENTAL
- ÁREA PROFESIONALIZANTE

Institución Incorporada a la SEP

Campo Laboral

En instituciones públicas y privadas relacionadas con la comercialización, investigación de mercados, relaciones públicas, comunicación comercial, mercadotecnia. De manera independiente puede ser consultor en comercio y mercadotecnia, así como en estrategias de mercado comercial, etc.