



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CEMLAD
PERFIL DEL GRADUADO, MODALIDAD A DISTANCIA

CARRERA	TECNICO EM MARKETING
ÉNFASIS	
TIEMPO	4 semestres (dos años)

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL GRADUADO:

Es un profesional con preparación para desenvolverse Obtener y elaborar la información referida al mercado, producto, servicio, precio, distribución y comunicación; gestionar los planes de actuación correspondientes a las compras, logística y venta de productos o servicios y supervisar su realización de conformidad con las instrucciones recibidas y la legislación vigente. Determina las estrategias de publicidad para insertarlo en el mercado y controlar la evolución de las ventas. Acredita competencias que le permiten ser responsable para las funciones directivas de análisis, planeamiento, organización, coordinación y control de la comercialización.

SISTEMA DE COMPETENCIAS:

A. COMPETENCIAS GENÉRICAS

ORGANIZACIÓN: Cumple objetivos con disciplina y coherencia en base a mantener en orden los recursos.

COMPETITIVIDAD: Alto nivel de capacidad de detectar y resolver problemas sociales.

INTEGRIDAD: Capacidad para mantener coherencia entre el ser, decir y hacer.

DINAMISMO: Es proactivo, está en constante movimiento y adaptable al cambio.

LIDERAZGO: Capaz para contribuir con la transformación del entorno social.

AUTOGESTION: Cumple con la visión y misión institucional.

VALORES CRISTIANOS: Sirve con solidaridad en base a la doctrina de Cristo.

AUTONOMÍA: Capacidad de auto dirigirse

B. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES PROFESIONALES

1. Conocer las técnicas de investigación y logística comercial: saber y practicar las técnicas para obtener datos relativos a la investigación comercial, controlando la fiabilidad de las fuentes de información, procesar y organizar dicha información, aplicando técnicas estadísticas o de cualquier otro tipo, además de saber y practicar la logística Comercial.

2. Establecer políticas de Marketing: conocer la metodología para obtener y valorar la información sobre la definición del producto o servicio, su precio y el de la competencia (en productos o servicios similares), controlar y valorar la eficacia de la acción publicitaria.
3. Conocer las técnicas de Merchadising: saber y practicar la metodología para planificar y dirigir las actuaciones de "Merchadising", diseñando escaparates, distribuyendo la superficie de venta y organizando promociones..
4. Gestionar operaciones de compraventa y trabajo en equipo: conocer la metodología adecuada para establecer y mantener relaciones con proveedores, establecer sistemas de información como soporte de la actividad comercial y elaborar el plan de acción de la operación de venta.

C. COMPETENCIAS ESPECIFICAS

1. Conocimientos:

1. Conocer las técnicas de investigación y logística comercial: saber y practicar las técnicas para obtener datos relativos a la investigación comercial, controlando la fiabilidad de las fuentes de información, procesar y organizar dicha información, aplicando técnicas estadísticas o de cualquier otro tipo, además de saber y practicar la logística Comercial.

Administración
 Estadística Descriptiva
 Plan Desarrollo y Evaluación de Proyectos
 Contabilidad
 Contabilidad de Costos
 Finanzas
 Matemáticas
 Investigación de Mercados

2. Establecer políticas de Marketing: conocer la metodología para obtener y valorar la información sobre la definición del producto o servicio, su precio y el de la competencia, controla y valora la eficacia de la acción publicitaria.

Fundamentos de Publicidad
 Fundamentos al Marketing
 Comportamiento del Consumidor
 Marketing Estratégico
 Ecomarketing
 Marketing Comercial
 Marketing Internacional Pendiente
 Aspectos Legales Tributarios y Laborales
 Comercio Exterior
 Endomarketing

3. Conocer las técnicas de Merchadising: saber y practicar la metodología para planificar y dirigir las actuaciones de "Merchadising", diseñando escaparates, distribuyendo la superficie de venta y organizando promociones.

Fundamentos de Venta
 Taller de Branding
 Administración de Internet y Comercio Electrónico

4. Gestiona operaciones de compraventa y trabajo en equipo: conocer la metodología adecuada para establecer y mantener relaciones con proveedores, establecer sistemas de información como soporte de la actividad comercial y elaborar el plan de acción de la operación de venta.

Producción de Eventos
 Emprendimiento
 Técnicas de Venta
 Publicidad
 Taller de Creación de Productos

5. HABILIDADES Y DESTREZAS

ACTIVIDADES ESENCIALES	HABILIDAD Y/O DESTREZA	NIVEL
Conocer las técnicas de investigación y logística comercial: saber y practicar las técnicas para obtener datos relativos a la investigación comercial, controlando la fiabilidad de las fuentes de información, procesar y organizar dicha información, aplicando técnicas estadísticas o de cualquier otro tipo, además de saber y practicar la logística Comercial	Escucha activa	Alto
	Identificación de problemas	Alto
	Empatía	Alto
Establecer políticas de Marketing: conocer la metodología para obtener y valorar la información sobre la definición del producto o servicio, su precio y el de la competencia, controla y valora la eficacia de la acción publicitaria.	Recopilación de información	MEDIO
	Orientación	ALTO
	Trabajo en equipo	ALTO
Conocer las técnicas de Merchadising: saber y practicar la metodología para planificar y dirigir las actuaciones de "Merchadising", diseñando escaparates, distribuyendo la superficie de venta y organizando promociones	Generación de ideas	MEDIO
	Trabajo en equipo	ALTO
	Orientación	ALTO
Gestiona operaciones de compraventa y trabajo en equipo: conocer la metodología adecuada para establecer y mantener relaciones con proveedores, establecer sistemas de información como soporte de la actividad comercial y elaborar el plan de acción de la operación de venta.	Aprendizaje activo	ALTO
	Orientación	ALTO
	Trabajo en equipo	ALTO

ESCENARIOS Y POSIBLES OCUPACIONES DE LOS GRADUADOS

ESCENARIOS PRINCIPALES DE TRABAJO	POSIBLES OCUPACIONES
<ul style="list-style-type: none"> · Analizar y estudiar el mercado. · Analizar estrategias sobre desarrollo y lanzamiento de productos y servicios. · Analizar y estudiar políticas de fijación de precios. · Analizar y estudiar estrategias de publicidad, promoción y desarrollo de canales de distribución de productos y/o servicios. · Realizar proyectos sobre oportunidad o conveniencia de Mercado. · Impulsar el posicionamiento de un producto o servicio en el mercado 	<p>Director Comercial Director de marketing Jefe de Ventas Director de Logística Técnico de Comercio Exterior</p>

