

DISEÑO CURRICULAR

PROGRAMA DE ESTUDIOS

1. COMPETENCIAS ESPECIFICA

UNIDAD DE COMPETENCIA	INDICADORES DE LOGRO DE LA COMPETENCIA
Unidad de Competencia N° 01: Analizar el mercado, de acuerdo con las variables del entorno del negocio, público objetivo y recursos disponibles.	UC1 I1 Asegura el cumplimiento de los objetivos de investigación análisis de mercado, de acuerdo con las necesidades de la empresa.
	UC1 I2 Monitorea la metodología de análisis de mercado, de acuerdo con los objetivos de la investigación y
	UC1 I3 Recopila datos de los diferentes sectores del mercado según los objetivos de la investigación.
	UC1 I4 Procesa los datos recopilados el mercado, de acuerdo con la metodología de investigación y recursos disponibles.
	UC1 I5 Elabora reportes consolidando los hallazgos de la investigación según los requerimientos de la empresa.
	UC1 I6 Identifica oportunidades comerciales u oportunidades de mejora para el desarrollo de estrategias de marketing de la empresa.
Unidad de Competencia N° 02: Ejecutar las estrategias del desarrollo del producto y/o servicio, en función a los objetivos de la empresa y teniendo en cuenta normativa vigente.	UC2 I1 Evalúa las características del producto y/o servicio, en función a la oferta y demanda del mercado.
	UC2 I2 Aplica estrategias de marketing que permitan satisfacer las necesidades del público objetivo, en congruencia con los objetivos de la empresa.
	UC2 I3 Evalúa la generación del valor del producto y/o servicio que ofrece la empresa en función a las necesidades del mercado y al plan estratégico de la empresa.
	UC2 I4 Participa en el proceso de desarrollo e innovación de productos y/o servicios, en función a las necesidades del mercado y objetivos de la empresa
Unidad de Competencia N° 03: Gestionar las estrategias de comercialización (precio, plaza y promoción), en función a los objetivos de la empresa, características del producto y/o servicio y del mercado, teniendo en cuenta la normativa vigente.	UC3 I1 Supervisa los canales de atención en donde se comercializa los productos y/o servicios, en función a los objetivos de la empresa
	UC3 I2 Propone estrategias de precios de acuerdo con el segmento de mercado objetivo, en función a los objetivos de la empresa
	UC3 I3 Supervisa la ejecución de las estrategias de promoción destinadas a comunicar los beneficios e incentivar la adquisición de los productos y/o servicios ofrecidos al mercado, en función a los objetivos de la empresa
	UC3 I4 Emite reportes de las estrategias de comercialización, de acuerdo con indicadores de ventas.
	UC3 I5 Propone oportunidades de mejora sobre las estrategias de comercialización en función a los indicadores de ventas y las tendencias de mercado.

2. COMPETENCIAS PARA LA EMPLEABILIDAD

COMPETENCIA	INDICADORES DE LOGRO DE LA COMPETENCIA
Competencia para la empleabilidad N° 01: Comunicación efectiva : Expresar y comprender de manera clara conceptos, ideas, sentimientos, hechos y opiniones en forma oral y escrita para comunicarse e interactuar con otras personas en contextos sociales y laborales diversos. "	CE1 I1 Practica la comunicación como un medio eficaz para relacionarse con su entorno de manera adecuada. <input type="checkbox"/> CE1 I2 Reconoce la importancia de la comunicación como elemento fundamental para el desarrollo y progreso de las organizaciones. <input type="checkbox"/> CE1 I3 Redacta documentos formales como memorandos, informes, notas internas que permitan establecer una comunicación oral en forma correcta y clara, adecuándose al interlocutor, de acuerdo a un propósito concreto y de manera estructurada. <input type="checkbox"/>
Competencia para la empleabilidad N° 02: Uso de herramientas informáticas : Utilizar de manera adecuada las diferentes herramientas informáticas de las TI para buscar y analizar información, comunicarse con otros y realizar procedimientos o tareas vinculados al área profesional, de acuerdo a los requerimientos de su entorno laboral.	CE2 I1 Utiliza de manera correcta los programas o aplicaciones para manejar información por medio de la computadora, como el procesador de texto, correo electrónico, hojas de cálculo, buscadores, programas de diseño, etc. <input type="checkbox"/> CE 2 I2 Usa los programas o aplicaciones para poder realizar funciones de comunicación y diseño digital. <input type="checkbox"/>
Competencia para la empleabilidad N° Trabajo Colaborativo: Contribuir con materiales e ideas con la finalidad de compartirlos para construir un conocimiento común que se pueda utilizar globalmente.	CE3 I1 Aporta sus ideas y conocimientos con el objetivo de lograr una meta común. <input type="checkbox"/> CE3 I2 Trabaja de manera conjunta, descentralizada y simultánea, para lograr un objetivo común. <input type="checkbox"/> CE3 I3 Utiliza el diálogo como medio contrastar puntos de vista y opiniones, la reflexión y el pensamiento crítico en un equipo de trabajo. <input type="checkbox"/>
Competencia para la empleabilidad N° 04: Liderazgo Personal y Profesional: Decidir responsablemente en su desarrollo personal y profesional, identificando oportunidades a fin de aportar al bienestar integral de la sociedad	CE4 I1 Identifica sus competencias personales y profesionales teniendo en cuenta las necesidades del mercado actual. <input type="checkbox"/> CE4 I2 Analiza y evalúa oportunidades con el fin de promover su desarrollo como profesional y el desarrollo de su entorno <input type="checkbox"/>
Competencia para la empleabilidad N° 05: Ética y ciudadanía: Aplicar los principios básicos de ciudadanía e identificar la importancia de los valores y la ética profesional en su vida laboral.	CE5 I1 Identifica peligros y evalúa riesgos (IPERC) en un ambiente de trabajo para evitar accidentes. <input type="checkbox"/> CE5 I2 Aplica las herramientas de prevención de riesgos laborales para prevenir lesiones y deterioro de la salud relacionados con el trabajo en organizaciones . <input type="checkbox"/> CE5 I3 Utiliza la normativa de Seguridad y Salud en el Trabajo para aplicar diferentes herramientas de gestión de riesgos. <input type="checkbox"/>
"Competencia para la empleabilidad N° 06: Ingles: Comprender las ideas principales de textos claros y en lengua estándar referidos a asuntos cotidianos o que tienen lugar en el trabajo, y a temas actuales o asuntos de interés personal o profesional. Así como Interactuar en diversas situaciones y conversaciones ; y Producir textos sencillos y coherentes sobre temas que le son familiares o en los que tiene un interés personal	CE6 I1 Comprende, en líneas generales, discursos sencillos y breves sobre temas cotidianos siempre que se desarrollen con una pronunciación estándar y clara <input type="checkbox"/> CE6 I2 Realiza con razonable fluidez narraciones o descripciones sencillas siguiendo una secuencia lineal de elementos. <input type="checkbox"/> CE6 I3 Escribe descripciones sencillas y detalladas sobre una serie de temas cotidianos dentro de su especialidad. <input type="checkbox"/>

PERFIL DEL EGRESADO

1. DESCRIPCIÓN:

El Profesional Técnico en MARKETING tiene competencias profesionales para gestionar estrategias de marketing online y offline de manera innovadora, basados en el análisis de mercado, utilizando medios de comunicación diversos para la mejora de la comercialización de servicios y productos, utilizando, de manera responsable, herramientas digitales y metodologías ágiles; En cuanto a sus competencias para la empleabilidad presenta una comunicación efectiva e interactuar con otras personas en contextos sociales y laborales diversos. También tiene facilidad para el trabajo colaborativo, toma decisiones con responsabilidad y ejerce su actividad profesional con sentido ético.

2. AMBITOS DE DESEMPEÑO

Puede desempeñarse como Profesional técnico en Marketing tanto en entidades públicas como privadas en empresas mineras, pesqueras, avícolas, constructoras, transporte, salud, educación, restaurantes, agroexportadoras. Asesoría en constitución y organización de Mypes.

En las siguientes áreas:

- -Área de Investigación de Mercados
- -Área de Desarrollo de Productos
- Área de Publicidad y Promoción
- Área de Marketing Digital
- Área de Relaciones Públicas y Comunicación
- Área de Ventas y Comercialización
- Área de E-commerce y Comercio Electrónico
- Área de Branding y Gestión de Marca
- Área de Analítica y Métricas
- Área de Experiencia del Cliente
- Área de Gestión de Tienda Online
- Área de Gestión de la Imagen Corporativa
- Área de Campañas Publicitarias

ITINERARIO FORMATIVO

MÓDULO	DESCRIPCIÓN DE LA COMPETENCIA		UNIDAD DIDÁCTICA	Horas
				Total
Módulo N° 01 ANÁLISIS DEL MERCADO	Competencias específicas	Unidad de competencia N.° 1 Analizar el mercado, de acuerdo con las variables del entorno del negocio, público objetivo y recursos disponibles.	Administración de Negocios	80
			Marketing	64
			Nuevas Tendencias en Marketing	112
			Pensamiento Lógico para los Negocios	32
			Experiencia del Cliente	64
			Investigación de Mercado	80
			Comportamiento del Consumidor	48
			Herramientas Digitales para los Negocios	48
	Competencias para la empleabilidad	Competencia para la empleabilidad N° 01: Comunicación efectiva : Expresar y comprender de manera clara conceptos, ideas, sentimientos, hechos y opiniones en forma oral y escrita para comunicarse e interactuar con otras personas en contextos sociales y laborales diversos.	Técnicas de expresion oral y escrita	64
			Comprension y producción de textos	96
			Informatica e internet	48
			Ofimatica	48
	Competencias para la empleabilidad	Competencia para la empleabilidad N° 02: Uso de herramientas informáticas : Utilizar de manera adecuada las diferentes herramientas informáticas de las TI para buscar y analizar información, comunicarse con otros y realizar procedimientos o tareas vinculados al	Aplicaciones de Redacción y demas instrumentos para la gestion adminsitrativa	96
Módulo N° 02 ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	Competencias específicas	Unidad de competencia N.° 3 .Gestionar las estrategias de comercialización (precio, plaza y promoción), en función a los objetivos de la empresa, características del producto y/o servicio y del mercado, teniendo en cuenta la normativa vigente.	Gestión de Marca	80
			Diseño y Gestión de Productos	80
			Big Data Aplicada a los Negocios	80
			Creatividad e Innovación	80
			Planeamiento Comercial	80
			Pricing: Estrategias de Precio	80
			ComunicaciónEstratégica en Marketi	80
			Liderazgo Estratégico	64
			Metodologías Ágilespara la Innovació	64
			Investigación Aplicada I	80
	Competencias para la empleabilidad	Competencia para la empleabilidad N° 03: Trabajo Colaborativo: Contribuir con materiales e ideas con la finalidad de compartirlos para construir un conocimiento común que se pueda utilizar globalmente. Competencia para la empleabilidad N° 04: Liderazgo Personal y Profesional: Decidir responsablemente en su desarrollo personal y profesional, identificando oportunidades a fin de aportar al bienestar integral de la sociedad	Trabajo en equipo y comunicación efectiva	32
			Toma de decisiones y resolucion de conflictos	48
			Desarrollo Personal	32
			Liderazgo y marketing personal	48

Módulo N 03 GESTIÓN Y DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING	Competencias específicas	Unidad de competencia N.º 4 Gestionar las estrategias de comercialización (precio, plaza y promoción), en función a los objetivos de la empresa, características del producto y/o servicio y del mercado, teniendo en cuenta la normativa vigente..	Estrategias de Fidelización y Retención de Clientes	32
			Trade Marketing	48
			Plataformas Digitales para Marketing	80
			Modelo de Negocios Digitales	80
			Personal Branding	80
			Gestión de Equipos de Marketing	32
			Marketing Intelligence	80
			Marketing Internacional	80
			Growth Hacking Marketing	64
			Investigación Aplicada II	80
	Competencias para la empleabilidad	Competencia para la empleabilidad N° 05: Ética y ciudadanía: Aplicar los principios básicos de ciudadanía e identificar la importancia de los valores y la ética profesional en su vida laboral Competencia para la empleabilidad N° 06: Inglés: Comprender las ideas principales de textos claros y en lengua estándar referidos a asuntos cotidianos o que tienen lugar en el trabajo, y a temas actuales o asuntos de interés personal o profesional. Así como Interactuar en diversas situaciones y conversaciones ; y Producir textos sencillos y coherentes sobre temas que le son familiares o en los que tiene un interés personal	Investigación Aplicada	48
			Ética Profesional	48
			Inglés para la comunicación oral y escrita	32
			Inglés comercial Básico	32

TITULACIÓN Y CERTIFICACIÓN

- A. Profesional Técnico en MARKETING
- B. Bachiller Técnico en MARKETING