**DENOMINACION DEL PROGRAMA**

**TÉCNICO LABORAL POR COMPENTENCIAS EN AUXILIAR DE MERCADEO Y VENTAS**

Nuestro Técnico en Mercadeo y Ventas, estará capacitado para desempeñarse en el sector productivo como auxiliar de mercadeo y como cajero de establecimientos comerciales de ventas y servicios, coordinar grupos promotores e impulsadores en las empresas; además está facultado para participar en procesos de análisis e investigación de mercados.

**OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar en los estudiantes competencias básicas, ciudadanas y laborales generales y específicas en su oficio de formación para que muestre desempeños altamente competitivos, con liderazgo multidisciplinario para ubicarse en su ámbito laboral, con aptitudes de proyección y logró para un desarrollo personal, familiar, social y laboral sostenible, demostrando buenas condiciones humanas.

**OBJETIVOS ESPECIFICOS**

Desarrollar en nuestros estudiantes competencias para:

• Preparar de la Exhibición de Productos y/o Servicios.  
• Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa.  
• Contactar a clientes para la oferta de productos o resolución de requerimientos del cliente.  
• Interactuar con clientes de acuerdo con políticas y estrategias de servicio de la compañía.  
• Usar Aplicaciones Informáticas.  
• Formar personas con asertividad, empatía, imaginación e Identificación y práctica de normas de convivencia, que desarrollen competencias de emprendimiento como el trabajo en equipo, relaciones interpersonales, liderazgo, creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor, habilidad para la convivencia, proyección hacia el éxito empresarial y desarrollo permanente de su propia estima.  
• Fortalecer la capacidad de autoanálisis para proyectar su vida hacia el logro de objetivos individuales, familiares, grupales, laborales y sociales.  
• Sensibilizar para el desarrollo de un alto grado de honestidad, veracidad y dignidad, buena presentación y aseo personal.

**COMPETENCIAS QUE DESARROLLARÁ:**

 Estructurar el plan estratégico de mercadeo de acuerdo con el comportamiento del mercado y direccionamiento organizacional.

 Desarrollar estrategias de promoción de ventas según plan estratégico y objetivos de mercadeo y ventas de la empresa.

 Gestionar los productos en el punto de venta según plan de merchandising o políticas del establecimiento comercial.

 Interactuar con clientes de acuerdo con sus necesidades y con las políticas y estrategia de servicio de la organización.

 Realizar negociación con los proveedores y clientes, según los objetivos y estrategias establecidas por la organización.

#####  Promover los productos en el punto de venta según plan promocional y acuerdo comercial.

#####  Contabilizar operaciones de acuerdo con las normas vigentes y las políticas organizacionales.

**DURACIÓN: 18 MESES (Tres semestres)**

**PERFIL DEL EGRESADO**

**PERFIL TÉCNICO:** Persona con capacidad de preparar la exhibición y la negociación de productos y/o servicios, buscar contactos y seguimiento a clientes, aplicar las Tecnologías de la Información y Comunicación; demostrando excelentes condiciones humanas.

**PERFIL OCUPACIONAL:** Se desempeñará como: Degustador, Mercaderista, impulsador, Operador Call Center, Tele-vendedor, Telemercaderista, Vendedor de mostrador, en otras ocupaciones elementales de venta, apoyo a los administradores y supervisores de comercio, por sector público y privado.

**MALLA CURRICULAR**

**PRIMER SEMESTRE**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **MODULOS** | **PRESENTACION** | **CREDITOS** | **INTENSIDAD HORARIA** |  |  |  |
| **SERVICIO AL CLIENTE** | Facilitar el servicio a los clientes internos y externos de acuerdo con las políticas de la organización  Ofrecer atención a los clientes de acuerdo con las políticas de la organización | **2** | **96 HORAS** |  |  |  |
| **DESARROLLO HUMANO INTEGRAL I** | El Área de Desarrollo Humano Integral está encargada de planear, implementar y ejecutar programas y proyectos orientados a responder las necesidades de formación y desarrollo a nivel personal, académico y social, en todos los miembros de la comunidad. | **1** | **48 horas** |  |  |  |
| **VENTA Y POSTVENTA I** | El mundo de los negocios día tras día cada vez es más complicado debido a la competencia y las exigencias del mercado en las cuales lo más importantes son  las ventas las cuales las podemos dividir en  tres etapas como lo son: Pre-venta. Venta. Post-venta. | **2** | **96 horas** |  |  |  |
| **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I** | La investigación de mercados busca garantizar a la empresa, la adecuada orientación de sus acciones y estrategias, para satisfacer las necesidades de los consumidores y obtener la posibilidad de generar productos con un ciclo de vida duradero que permita el éxito y avance de la empresa, además brinda a las compañías la posibilidad de aprender y conocer más sobre los actuales y potenciales clientes. | **2** | **96 horas** |  |  |  |
| **MERCHANDISHING**  **I** | Merchandising es el conjunto de técnicas basadas principalmente en la presentación, la rotación y la rentabilidad, comprendiendo un conjunto de acciones llevadas a cabo en el punto de venta destinadas a aumentar la rentabilidad, colocando el producto en el lugar, durante el tiempo, en forma, al precio y en la cantidad más conveniente. | **1** | **48 horas** |  |  |  |

**SEGUNDO SEMESTRE**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **MODULOS** | **CARACTERISTICAS** | **CREDITOS** | **INTENSIDAD**  **HORARIA** |
| **VENTA Y**  **POST VENTA II** | El mundo de los negocios día tras día cada vez es más complicado debido a la competencia y las exigencias del mercado en las cuales lo más importantes son  las ventas las cuales las podemos dividir en  tres etapas como lo son: Pre-venta. Venta. Post-venta. | **2** | **96 HORAS** |
| **MERCHARDISHING II** | El merchandising incluye toda actividad desarrollada en un punto de venta, que pretende reafirmar o cambiar la conducta de compra, a favor de los artículos más rentables para el [establecimiento](https://es.wikipedia.org/wiki/Establecimiento_comercial). Los objetivos básicos del merchandising son: llamar la atención, dirigir al cliente hacia el producto, facilitar la acción de compra. | **1** | **48 HORAS** |
| **TECNOLOGIA INFORMÁTICA (EXCEL ) I** | Excel es quizá el más importante programa de software de ordenador utilizado en muchos lugares de trabajo. Es por eso que tantos trabajadores y los posibles empleados están obligados a aprender de Excel para entrar o permanecer en el lugar de trabajo. En general, Excel se puede usar para hacer un seguimiento de datos, crear modelos para analizar datos, escribir fórmulas para realizar cálculos con dichos datos, dinamizar los datos de diversas maneras y presentarlos en una variedad de gráficos con aspecto profesional. | **2** | **96 HORAS** |
| **DESARROLLO HUMANO INTEGRAL II** | El Área de Desarrollo Humano Integral está encargada de planear, implementar y ejecutar programas y proyectos orientados a responder las necesidades de formación y desarrollo a nivel personal, académico y social, en todos los miembros de la comunidad. | **1** | **48 Horas** |

**TERCER SEMESTRE**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **MODULOS** | **CARACTERISTICAS** | **CREDITOS** | **INTENSIDAD HORARIA** |
| **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II** | La investigación de mercados busca garantizar a la empresa, la adecuada orientación de sus acciones y estrategias, para satisfacer las necesidades de los consumidores y obtener la posibilidad de generar productos con un ciclo de vida duradero que permita el éxito y avance de la empresa, además brinda a las compañías la posibilidad de aprender y conocer más sobre los actuales y potenciales clientes. | **2** | **96 HORAS** |
| **TECNOLOGIA INFORMÁTICA (EXCEL ) II** | Excel es quizá el más importante programa de software de ordenador utilizado en muchos lugares de trabajo. Es por eso que tantos trabajadores y los posibles empleados están obligados a aprender de Excel para entrar o permanecer en el lugar de trabajo.En general, Excel se puede usar para hacer un seguimiento de datos, crear modelos para analizar datos, escribir fórmulas para realizar cálculos con dichos datos, dinamizar los datos de diversas maneras y presentarlos en una variedad de gráficos con aspecto profesional. | **2** | **96 HORAS** |
| **SEMINARIO DE EMPRENDIMIENTO Y**  **PROYECCIÓN LABORAL** | El emprendimiento es la capacidad y el deseo de desarrollar, organizar y manejar un negocio junto con sus respectivos riesgos con el fin de obtener una ganancia.El actual entorno laboral y productivo está exigiendo a los profesionales un conjunto de capacidades, habilidades y actitudes adicionales a su formación en las aulas de clase. | **2** | **96 HORAS** |
| **INGLÉS BÁSICO** | Al finalizar el curso, el estudiante tendrá una comprensión de los conceptos básicos de inglés y será capaz de formar construcciones y oraciones simples. Aprendan a interactuar en conversaciones sencillas.  Que los alumnos:  Entiendan, aunque sea parcialmente, a una persona que le habla en forma lenta y clara sobre temas conocidos para darle información de rutina.  Lean, aunque con dificultad, algunos textos de su especialidad profesional y, en particular, puedan extraer información concreta, sea general o técnica y hacer una simple síntesis (oralmente o por escrito) de lo leído.  Hablen, aunque sea con dificultad y algunos errores, con un solo interlocutor para pedir o transmitir información de la rutina laboral. | **1** | **48 HORAS** |
| **TRABAJO DE GRADO** |  |  |  |

**TOTAL HORAS:** 1000

**TOTAL CRÉDITOS** : 21