

ADMINISTRACIÓN DE MERCADEO



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
COMFAMILIAR
RISARALDA

Vigilado **MinEducación**

TÉCNICA PROFESIONAL EN OPERACIÓN DE MERCADERO Y VENTAS

SNIES 106000

Resolución 09542



PERFIL LABORAL

- Apoyar los procesos de mercadeo y ventas.
- Servir de apoyo a la organización y dirección de actividades de mercadeo de las empresas.
- Promover la comercialización de productos y servicios.
- Apoyar las funciones del servicio al cliente en la empresa.
- Ayudar en la formulación de propuestas para el desarrollo del área de la organización.

PERFIL OCUPACIONAL

- Auxiliar de mercadeo.
- Procesador de información para las investigaciones de mercado.
- Promotor de ventas.
- Operador de zona.

LUGAR DE DESARROLLO

Pereira

METODOLOGÍA

Presencial

REQUISITOS PARA OBTENER EL TÍTULO

- Aprobar el plan de estudios vigente.
- Aprobar los niveles de inglés establecidos por la Institución.
- Presentación de las Pruebas Saber de acuerdo con el ciclo de formación.
- Haber cursado y aprobado la práctica en cada ciclo de acuerdo a las opciones establecidas por la Institución.

DURACIÓN

4 semestres

COMPETENCIAS	TÉCNICA PROFESIONAL EN OPERACIÓN DE MERCADEO Y VENTAS							
	SEMESTRE I	Créditos	SEMESTRE II	Créditos	SEMESTRE III	Créditos	SEMESTRE IV	Créditos
PROPEDEÚTICAS					HABILIDADES DE NEGOCIACIÓN (*)	2	SEGMENTACIÓN DE MERCADOS Y POSICIONAMIENTO(*)	3
BÁSICAS	MATEMÁTICAS BÁSICAS	3	ESTADÍSTICA BÁSICA	2	MATEMÁTICAS FINANCIERAS	2		
	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN	3	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	2				
	CONTABILIDAD BÁSICA	3			CONTABILIDAD FINANCIERA APLICADA	3		
SOCIO HUMANÍSTICA	FILOSOFÍA INSTITUCIONAL	1	INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD	1			CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO	1
	COMPETENCIAS COMUNICATIVAS	3	CÁTEDRA DE PAZ	1				
OBLIGATORIA ESPECÍFICA	FUNDAMENTOS DE MERCADEO	3	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	3	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	3	MERCADEO DE SERVICIOS	4
			PERFIL DEL CONSUMIDOR	3	MERCHANDISING Y PROMOCIÓN	3		
			LEGISLACIÓN COMERCIAL	2	LOGÍSTICA COMERCIAL	3	FUNDAMENTOS DE VENTAS	3
INVESTIGACIÓN			FUNDAMENTOS DE INVESTIGACIÓN	2			TRABAJO DE GRADO	2
PRÁCTICA					PRÁCTICA	0		
ÉNFASIS							TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN PARA NEGOCIOS	3
Total Créditos		16	Total Créditos	16	Total Créditos	16	Total Créditos	16
Total Módulos		6	Total Módulos	8	Total Módulos	7	Total Módulos	6

➔ *Estos módulos son electivos para el estudiante que no desee continuar en el siguiente ciclo de formación; y son obligatorios para quienes decidan continuar.

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL

SNIES 105998

Resolución 21195

PERFIL LABORAL

- Organizar, programar, ejecutar y controlar las operaciones de mercadeo de la empresa, interviniendo en la promoción, realización y coordinación de la venta de productos y servicios.
- Desarrollar planes de acción para la ejecución de las estrategias de mercado.
- Coordinar y supervisar la fuerza de las ventas del departamento comercial.
- Planear, supervisar, evaluar y controlar procesos en la organización referentes al mercadeo.

LUGAR DE DESARROLLO

Pereira

METODOLOGÍA

Presencial

PERFIL OCUPACIONAL

- Coordinador y/o supervisor en el área de mercadeo y ventas.
- Supervisor de la fuerza de ventas.
- Coordinador trade marketing.
- Asesor comercial.
- Asistente comercial.
- Asistente de ventas.

REQUISITOS PARA OBTENER EL TÍTULO

- Aprobar el plan de estudios vigente.
- Aprobar los niveles de inglés establecidos por la Institución.
- Presentación de las Pruebas Saber de acuerdo con el ciclo de formación.
- Haber cursado y aprobado la práctica en cada ciclo de acuerdo a las opciones establecidas por la Institución.

DURACIÓN

6 semestres

COMPETENCIAS	TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL			
	SEMESTRE V	Créditos	SEMESTRE VI	Créditos
PROPEDEÚTICAS			ESTRATEGIA EMPRESARIAL (*)	3
BÁSICAS	ESTADÍSTICA INFERENCIAL	2		
	MICRO Y MACROECONOMÍA	3		
	SISTEMAS DE COSTEO	3	PRESUPUESTOS	2
SOCIO HUMANÍSTICA	FORMACIÓN CIUDADANA	1		
			MODELO DE NEGOCIOS	1
OBLIGATORIA ESPECÍFICA	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	2	LEGISLACIÓN TRIBUTARIA	2
	PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR	2	ETIQUETA Y PROTOCOLO	1
	LEGISLACIÓN LABORAL	2	GESTIÓN DE TALENTO HUMANO	2
INVESTIGACIÓN	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	1		
			ANTEPROYECTO DE GRADO	2
PRÁCTICA	PRÁCTICA	0		
ÉNFASIS			E-MARKETING	2
ELECTIVA			ELECTIVA	1
Total Créditos		16	Total Créditos	16
Total Módulos		9	Total Módulos	9

➤ *Estos módulos son electivos para el estudiante que no desee continuar en el siguiente ciclo de formación; y son obligatorios para quienes decidan continuar.

ADMINISTRACIÓN DE MERCADEO

SNIES 105999

Resolución 21196

3

PERFIL LABORAL

- Dirigir y controlar departamentos de mercadeo y ventas.
- Investigar y evaluar oportunidades de negocios y de mercado en empresas nacionales e internacionales.
- Diseñar e implementar planes de mercadeo de acuerdo con los requerimientos de los clientes.
- Dirigir y gestionar procesos de mercadeo en departamentos comerciales.

PERFIL OCUPACIONAL

- Gerente de mercadeo.
- Gerente de marca.
- Gerente de departamentos comerciales.
- Gerente de servicio al cliente.
- Director de investigación de mercados.
- Gerente de ventas.
- Analista de mercadeo estratégico.

LUGAR DE DESARROLLO

Pereira

METODOLOGÍA

Presencial

REQUISITOS PARA OBTENER EL TÍTULO

- Aprobar el plan de estudios vigente.
- Aprobar los niveles de inglés establecidos por la Institución.
- Presentación de las Pruebas Saber de acuerdo con el ciclo de formación.
- Haber cursado y aprobado la práctica en cada ciclo de acuerdo a las opciones establecidas por la Institución.

DURACIÓN

10 semestres

COMPETENCIAS	ADMINISTRACIÓN DE MERCADEO							
	SEMESTRE VII	Créditos	SEMESTRE VIII	Créditos	SEMESTRE IX	Créditos	SEMESTRE X	Créditos
SOCIO HUMANÍSTICA / INSTITUCIONAL	FUENTES DE FINANCIACIÓN EMPRESARIAL	2			GERENCIA DE LA INNOVACIÓN	2	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	1
OBLIGATORIA ESPECÍFICA	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	4	MERCADEO ESTRATÉGICO	4				
	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD	4	GERENCIA DE VENTAS	4	GERENCIA DE PRODUCTO Y MARCA	3		
	ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS DE PRECIO Y COMPRAS	4	GERENCIA DEL SERVICIO	2	GERENCIA DE LA CALIDAD	3	CONTROL DE GESTIÓN	3
	ANÁLISIS FINANCIERO	2			GERENCIA FINANCIERA	2	COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD	2
INVESTIGACIÓN			DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	2	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	3	GERENCIA DE PROYECTOS	3
							PROYECTO DE GRADO	2
PRÁCTICA			PRÁCTICA	0				
ÉNFASIS			E-COMMERCE	3	COMERCIO EXTERIOR	3	MERCADEO INTERNACIONAL	3
ELECTIVA			ELECTIVA	1			PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE E-SERVICE	2
Total Créditos		16	Total Créditos	16	Total Créditos	16	Total Créditos	16
Total Módulos		5	Total Módulos	7	Total Módulos	6	Total Módulos	7