



TÉCNICO EN MERCADOTECNIA Y VENTAS

Introducción

Es conocido por todos los cambios a nivel mundial en el que se ha visto envuelta la Economía. Dentro de esos cambios la empresa vive la transición de pasar de un enfoque de producción hacia un enfoque de mercado en los ámbitos local, regional y global. Por lo que existe la necesidad de crear sistemas de información de mercado para la toma de decisiones de mercadotecnia con un enfoque hacia la calidad y el servicio al cliente.

Específicamente, el Técnico en ventas y mercadotecnia es quien responde a esta realidad de cambio, ya que su preparación lo capacita para plantear, evaluar, analizar e identificar las necesidades y deseos del mercado con planeación, organización, dirección, integración y control de las funciones de mercadotecnia, logrando un enlace óptimo entre la organización y el consumidor en forma creativa y productiva.

El Instituto Las Américas de Nayarit S.C. tiene como propósito formar Técnicos en venta y mercadotecnia, que estén capacitados para diseñar y aplicar estrategias en cuanto al desarrollo de productos, publicidad, promoción, relaciones públicas, ventas, distribución, precio, servicio, e investigación de mercados en empresas comerciales y de servicios que compitan en un contexto local, regional y global y que sean capaces de llevar la economía de nuestro Estado a un nivel superior.

El perfil del Técnico en Ventas y Mercadotecnia tendrá entre sus funciones evaluar e implantar modelos de comercialización competitivos a nivel mundial; implantar prácticas que favorezcan la toma de decisiones efectiva en el ámbito comercial, generar estrategias y programas innovadores que favorecen la eficiencia, rentabilidad y posición competitiva de las organizaciones a nivel nacional e internacional, utilizar eficientemente, tecnologías de información especializadas y de vanguardia para la operación, comercialización y toma de decisiones, capaz de diseñar programas que garanticen la competitividad al ofrecer productos, servicios, tanto a consumidores finales como a otras empresas públicas y privadas, regionales, nacionales e internacionales, en el corto, mediano y largo plazo.

Objetivo General del Técnico en Mercadotecnia y Ventas.

Formar profesionales de la mercadotecnia que coadyuven a mejorar la calidad de vida de la sociedad, que sean capaces de detectar necesidades y gustos de los usuarios de bienes y servicios producidos e intercambiados por cualquier tipo de organismo social lucrativo o no lucrativo, y apliquen sus esfuerzos con la finalidad de colaborar en la construcción de una sociedad más justa y equitativa. Lograr el egreso de profesionistas de la mercadotecnia con conocimientos amplios y adecuados para apoyar en la generación de ingresos para las empresas, a través de la mercadotecnia, hilo conductor del diseño, la producción y la entrega de bienes y servicios a los mercados.



Desarrollar en los alumnos estructuras ágiles de pensamiento que les permitan vincular interdisciplinariamente, los factores externos y las fuerzas internas de cualquier organización, para generar estrategias comerciales exitosas. preparar mercadólogos que interpreten adecuadamente las necesidades individuales y sociales para participar en la realización de intercambios éticos, justos y equitativos dentro de cualquier comunidad en que se desempeñen profesionalmente

Perfil de ingreso

Conocimientos:

-Egresado de la Secundaria.

Habilidades:

-Facilidad para la resolución de problemas.

-Líder.

-Positivo.

-Creativo.

-Disciplinado.

Actitudes:

-Ético.

-Responsable.

-Emprendedor.

Estar dispuesto a realizar un trabajo académico intenso, en equipo y utilizando las TICs por lo que debe tener dominio a nivel básico de la computación y del idioma inglés

Perfil de egreso

- Conocimientos respecto al análisis de la conducta del consumidor,
- Conocimientos respecto a estrategias de publicidad,
- Conocimientos respecto a desarrollo y ciclos de vida de productos,
- Conocimientos respecto a canales de distribución,
- Conocimientos respecto a normatividad sobre diseños,
- Conocimientos respecto a patentes y marcas,
- Conocimientos respecto a diseño de programas mercadotécnicos



HABILIDADES PARA

- Administración de la fuerza de ventas
- integración de grupos

APTITUDES:

- Emprendedor
- Calificar calidad total.
- Innovación permanente

| PRIMER CUATRIMESTRE |
|--------------------------------------|
| MATEMÁTICAS I |
| QUÍMICA I |
| ÉTICA Y VALORES I |
| INTRODUCCIÓN A LAS CIENCIAS SOCIALES |
| TALLER DE LECTURA Y REDACCIÓN I |
| LENGUA ADICIONAL AL ESPAÑOL I |
| INFORMÁTICA I |
| EDUCACIÓN FÍSICA |

| SEGUNDO CUATRIMESTRE |
|----------------------|
| MATEMÁTICAS II |
| QUÍMICA II |



ÉTICA Y VALORES II

HISTORIA DE MÉXICO I

TALLER DE LECTURA Y REDACCIÓN II

LENGUA ADICIONAL AL ESPAÑOL II

INFORMÁTICA II

EDUCACIÓN FÍSICA

TERCER CUATRIMESTRE

MATEMÁTICAS III

GEOGRAFÍA

FÍSICA I

HISTORIA DE MÉXICO II

LITERATURA I

LENGUA ADICIONAL AL ESPAÑOL III

EPISTEMOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

MERCADOTECNIA

EDUCACIÓN ARTÍSTICA



CUARTO CUATRIMESTRE

MATEMÁTICAS IV

BIOLOGÍA I

FÍSICA II

ESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA DE MÉXICO

LITERATURA II

LENGUA ADICIONAL AL ESPAÑOL IV

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA

EDUCACIÓN ARTÍSTICA

QUINTO CUATRIMESTRE

BIOLOGÍA II

HISTORIA UNIVERSAL CONTEMPORANEA

SOCIOLOGÍA I

TEMAS SELECTOS DE LA FILOSOFÍA I

PSICCOLOGÍA I



CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN I

ESTRATEGIA DE PRODUCTO-PRECIO

PUBLICIDAD

TEATRO

SEXTO CUATRIMESTRE

FILOSOFÍA

ECOLOGÍA Y MEDIO
AMBIENTE

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

SOCIOLOGÍA II

TEMAS SELECTOS DE LA FILOSOFÍA II

PSICCOLOGÍA II

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN II

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

NEGOCIACIÓN

TEATRO INFANTIL



SÉPTIMO CUATRIMESTRE

MERCADOTECNIA EN INTERNET

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

CREACIÓN Y DESARROLLO DE
NUEVOS PRODUCTOS

CALIDAD.

ADMINISTRACIÓN I

OCTAVO CUATRIMESTRE

MERCADOTECNIA SOCIAL
Y DE SERVICIO

REGULACIONES COMERCIALES

IMAGEN CORPORATIVA

DISEÑO GRÁFICO

ADMINISTRACIÓN II

PROYECTO DE MERCADOTECNIA I



NOVENO CUATRIMESTRE

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA
DE LA MERCADOTECNIA

MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

SERVICIO AL CLIENTE

CONDUCTA DEL CONSUMIDOR

PROYECTO DE MERCADOTECNIA

II

Para más información contactar a la siguiente dirección: prepa_tecnica@ilan.com.mx