



TECNOLOGÍA SUPERIOR EN **MARKETING**

PERFIL DE EGRESO



O'HIGGINS
Instituto Superior Universitario



MISIÓN DEL ISTBO

Formar mediante el modelo de competencias técnicas, profesionales y conductuales a nivel superior, con capacidad de liderazgo, emprendedores, con valores éticos y Responsabilidad Social.

OBJETIVO GENERAL

Entregar a la sociedad Tecnólogos en Marketing proactivos y competentes con una formación teórica y práctica; técnica y estratégica; y, capaces para generar soluciones integrales orientadas a liderar la competitividad de organizaciones, empresas e instituciones, así como la comercialización y difusión de marcas, productos y servicios, sobre la base de procesos de investigación científica aplicada, analizando y poniendo en acción estrategias de marketing para responder al mercado local, regional, nacional e internacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Entregar a la sociedad Tecnólogos en Marketing con habilidades y destrezas para adaptarse al entorno, dando soluciones a las organizaciones empresariales públicas, privadas y no gubernamentales regionales, locales, nacionales e internacionales.
- Transmitir al estudiante los conocimientos relacionados al marketing estratégico y las diversas herramientas del mix comunicacional para la implementación en la realidad institucional y empresarial.
- Dotar al estudiante de conocimientos y modelos de diseño, organización y supervisión de la fuerza de ventas de la organización.
- Capacitar al estudiante para el diseño y ejecución de estrategias de construcción de marcas conforme a la realidad del mercado y de los recursos y destrezas organizacionales.
- Desarrollar en el estudiante la capacidad para diseñar, ejecutar y evaluar planes de: marketing, crisis comunicacional, medios publicitarios, y promocionales que mejoren la participación en el mercado.



¿A QUIÉN FORMAMOS?

Formamos a bachilleres de la República que estén empeñados en generar emprendimiento graduados recientemente o graduados de años anteriores, formamos a gente empírica con principios deontológicos, deseosos de aprender con el método constructivista. Formamos gente con iniciativa de generar empleo y pasar de ser simples buscadores de empleo a generar aporte al PIB y desarrollo social.

¿PARA QUÉ FORMAMOS?

Formamos con una connotación deontológica basada en principios sólidos que vayan más allá de la obtención de un título profesional, formamos damas y caballeros con la capacidad de generar empleo y pasar del ser un ente pasivo a ser un ente activo. Capaz de buscar soluciones a los problemas de la sociedad en el ámbito de emprendimiento y generación de recursos. A la hora de contratar a una persona para un determinado cargo en una empresa, suele predominar como requisito el que tenga un título profesional. Sin embargo, a poco andar se evidencia que esa persona puede saber mucho, pero no trabajar bien. Llega poco preparada a las reuniones, es impuntual, conversa mucho con los compañeros, no cumple con los plazos. Decepcionante, ¿no?

Y es que ser buen profesional va mucho más allá de "acaparar" conocimientos sobre un determinado tema. Consiste en adquirir y entrenarse en cualidades que ayudan a hacer un trabajo bien hecho, es decir, realizado en forma "profesional". Formamos para garantizar una vida digna a nuestros estudiantes basados en la filosofía de las competencias de la didáctica del saber hacer.

¿EN QUÉ CONTEXTO?

Los profesionales que terminan su formación en el Instituto Superior Tecnológico Bernardo Ohiggins en la Carrera de Tecnólogo Superior en Marketing son profesionales que egresan y generar emprendimiento y aporte a la sociedad con iniciativa y creatividad con énfasis en crear negocios que sean de aprovechamiento para la sociedad, por la innovación que desarrollen, enfocados en la productividad empresarial.

¿EN QUÉ CAMPO PROFESIONAL ESPECÍFICO?

El campo profesional en el que se desarrollará el profesional que nosotros formemos tendrá que ver con las ventas, los negocios y el marketing, el área operativa de las organizaciones, el campo comercial y de servicios en general, así como la producción y productividad de los sectores estratégicos del país.



Los alumnos en el transcurso de la carrera desarrollan estrategias para incorporar la investigación (Exploratoria, diagnóstica y aplicada) como parte de los procesos de aprendizaje teórico- práctico de la carrera.

Fundamentada en la construcción del conocimiento utilizando la técnica de solución de problemas es la que lleva al estudiante a fomentar el pensamiento crítico y desarrollar competencias que les permita adquirir los fundamentos teóricos e innovación científica en cada uno de los diferentes programas de estudio y componentes de aprendizaje.

La integración de saberes y la comunicación y lenguaje se logra utilizando un programa de neurolingüística enfocado en el constructivismo, lo cual permite a los estudiantes ser capaces de desarrollar habilidades y destrezas que les permita estar preparados para los desafíos de la Carrera en cuanto a su perfil de egreso y perfil profesional.



- La Interpretación de textos y facilidades para la comunicación oral y escrita.
- El trabajo en equipo y aptitud para asumir retos.
- El pensamiento lógico y creativo.
- El manejo adecuado de los números y alta capacidad de innovación y creatividad.
- La responsabilidad y buena organización de sus actividades y control del tiempo.
- Habilidad investigativa (exploratoria, diagnóstica y aplicada).
- Pensamiento Crítico y analítico.
- Competencias tecnológicas (uso de tics) y adaptación e innovación tecnológica.
- Desarrollo de estrategias y productos.
- Manejo de herramientas web.
- Habilidad en la búsqueda y análisis de información cuantitativa y cualitativa.





■ Logros o resultados de aprendizaje relacionado con lo que se espera que el estudiante debe saber, comprender y/o sea capaz de demostrar una vez terminado un proceso de aprendizaje:

- Proyectar la imagen empresarial enmarcada en criterios de comunicación e imagen corporativa, sobre la base del conocimiento profundo del entorno a través de estudios de marketing y sociología y psicología del consumidor de bienes y servicios.
- Realizar una Gestión de marketing basada en conceptos y prácticas de calidad total, competitividad, mejoramiento continuo, legislación empresarial y laboral, costos, planificación, logística, control y manejo de stocks.
- Planificar estratégicamente y diseño de calidad con dominio de la interdisciplinaridad y conocimientos suficientes sobre todas las herramientas mercadológicas y gerenciales.
- Diseñar, ejecutar, monitorear y evaluar proyectos, planes de negocios, planes de mercadotecnia y ventas.
- Investigar el mercado a través de los análisis cualitativos y cuantitativos de la realidad organizacional.
- Aplicar en su ejercicio profesional normas éticas y morales como principio y guía de su accionar diario.





¿Qué resultados de aprendizaje y competencias profesionales son necesarios para el futuro desempeño profesional?

- Identifica las necesidades de los consumidores que constituyen oportunidades de negocios aplicando las técnicas del marketing online y offline.
- Analiza tablas y cuadros estadísticos para diferentes tipos de empresas nacionales e internacionales.
- Definir y explicar los objetivos de marketing para reconocer a los consumidores, influir en ellos, analizando los factores externos e internos del mercado.
- Analiza los costos, los presupuestos de una empresa con un enfoque sistémico para contribuir en la toma de decisiones.
- Determina oportunidad de mercado mix para una empresa orientada al sector de servicios y productos.
- Formular estrategias de exhibición de productos y servicios en el punto de venta para incrementar el valor de la marca, integrando funciones y métodos comerciales.
- Comprende las etapas de un proceso de ventas de productos y servicios, así como los sistemas de ventas que se aplican de acuerdo con el sector empresarial.
- Aplica los fundamentos para la toma de decisiones en el mundo empresarial de productos y servicios mediante la investigación.
- Comprende el Plan de Marketing Digital alineado a los objetivos corporativos, incorporando acciones, técnicas y herramientas como medios sociales, Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Marketing (SEM), medios móviles, comercio electrónico, métricas, KPI (Key Performance Indicators), Analytics para el alcance de los objetivos establecidos dentro de la organización.
- Reconoce el funcionamiento de los mercados de electores y del comportamiento electoral para el posicionamiento de un producto político.
- Analizar el rol e importancia del branding, definiendo la construcción y nombramiento de una marca, llevando a cabo el proceso que sirve para la incorporación de nuevos productos y servicios en el mercado.
- Analiza el entorno y el mercado internacional para diseñar una estrategia de marketing de un producto o un servicio.
- Comprende objetivos medibles y factibles de marketing online y offline en una campaña estratégica integral.
- Aplica conocimientos teóricos y metodológicos de la carrera en los diferentes campos de intervención en el ámbito laboral.





¿Qué resultados de aprendizaje relacionados con el manejo de métodos, metodologías, modelos, protocolos, procesos y procedimientos de carácter profesional e investigativo se garantizarán en la implementación de la carrera/programa?

- Comprende las pautas que deben seguirse para realizar correctamente el proceso de comunicación en la venta de un producto o servicio.
- Utiliza las diferentes herramientas informáticas de las TIC para optimizar, automatizar y mejorar los procedimientos, de acuerdo con los requerimientos de su entorno laboral.
- Comprende el seguimiento a los trámites, documentarios de acuerdo con los procedimientos establecidos por la empresa y a la normativa vigente.
- Comprende el diseño sistemas y programas de identidad visual para la implementación de piezas gráficas para empresas y organizaciones.
- Aplicar los diversos sistemas alternativos de resolución de conflictos suscitados a nivel del ejercicio de la actividad de la comercial y en su interacción con los clientes.
- Aplica las herramientas para la realización de investigación descriptiva y correlacional, así como las bases para la interpretación, discusión y presentación de su proyecto de titulación.



¿Cómo contribuirá el futuro profesional al mejoramiento de la calidad de vida, el medio ambiente, el desarrollo productivo y la preservación, difusión y enriquecimiento de las culturas y saberes?

- Comprender documentos escritos en idioma inglés como estrategia de comunicación con otras culturas.
- Mantiene conversaciones fluidas en idioma inglés como estrategia de comunicación con otras culturas.
- Redacta documentos en idioma inglés como estrategia de comunicación con otras culturas.
- Hablar, escribir y leer en el idioma inglés con un nivel intermedio como estrategia de comunicación con otras culturas.





¿Cuáles son los valores y los principios, en el marco de un enfoque de derechos, igualdad, interculturalidad y pensamiento universal crítico y creativo que se promoverán en la formación profesional que ofrece la carrera/programa?

- Comprende los conceptos fundamentales de las bases biológicas de la conducta, para implementarlos en el análisis del comportamiento humano.

- Analiza los procesos culturales del hombre y en particular sus expresiones culturales y artísticas para la implementación de un producto o servicio.

- Lidera y participa en equipos de trabajo, creando un ambiente profesional orientado al logro de objetivos organizacionales y empresariales.



- Comprende los diferentes saberes Tecnológico-universitarios y roles de participación docente-alumno, para la ejecución de programas y proyectos que contribuyan al desarrollo humano y el bienestar de la sociedad y que permitan su mejoramiento.



- Aplica actividades de emprendimiento en distintas áreas de la organización para asegurar su adecuada ejecución y el cumplimiento de los objetivos establecidos, no solo empresariales sino mejoramiento de la calidad de vida, el medio ambiente, el desarrollo productivo y la preservación, difusión y enriquecimiento de las culturas y saberes.



Competencias específicas que adquirirá el estudiante al finalizar la formación:

- Crear su propia empresa.
- Ejercer cargos directivos en diversas organizaciones de cualquier sector de la economía.
- Desempeñarse en cargos administrativos relacionados con la producción y la prestación de bienes y servicios.
- Hacer parte activa de grupos especializados de proyectos de investigación y desarrollo sobre modelos de mercado estratégico y Gerencia inteligente.
- Proponer, estructurar y desarrollar mejoramiento de procesos de mercadeo.
- Desempeñarse como asistente calificado en las áreas administrativa, mercadeo y/o en áreas específicas de su conocimiento.



El tecnólogo en marketing, graduado en el Instituto Tecnológico Superior Bernardo Ohiggins se encuentra capacitado para:

- Identificar las distintas variables del entorno mediante el uso de la segmentación de mercados.
- Ejecutar el plan de mercadeo, como estrategia de posicionamiento y competitividad.
- Realizar investigación de mercado para definir directrices en el comportamiento del consumidor.
- Desarrollar la mezcla del marketing como estrategia para el posicionamiento de los productos nacionales e internacionales.
- Participe del proceso del diseño y desarrollo de nuevos productos y servicios.
- Fomentar el emprendimiento como constructores de su propia empresa para mejorar calidad de vida y generar empleo.





UN NUEVO FUTURO TE ESPERA

Más información:

Whatsapp: 0958945087

admisiones@instituto-ohiggins.com

www.instituto-ohiggins.com



ohigginsec