

Comercialización y Marketing (Mercadotecnia)

Objetivos de la carrera

Atender los procesos de comercialización de bienes y servicios de una empresa.

Perfil del Profesional

Profesional capacitado en procesos de comercialización.

Su labor es dar a conocer los productos y servicios de una empresa, en vista a satisfacer su *demanda en el mercado cumpliendo con las expectativas de los consumidores *potenciales.

Atento a la búsqueda y satisfacción de necesidades existentes en el mercado para dar rápida respuesta a los cambios continuos e impredecibles que en este ámbito se producen para atender las nuevas demandas de la población, permitiendo a la empresa permanecer con éxito en los mercados y generar nuevos negocios.

Por su orientación al consumidor, es un profesional altamente directivo y estratégico para la toma de decisiones.

Tareas o actividades específicas que se realizan en la profesión.

Estudia los acontecimientos que ocurren en el ambiente político, social, económico y tecnológico con miras a identificar los riesgos y oportunidades que se presentan para la comercialización de un producto y ver las estrategias de comercialización que tomará la empresa.

Realiza entrevistas, cuestionarios y tabulaciones para detectar las nuevas necesidades en el mercado nacional e internacional, e identificar los productos que contribuyan a su satisfacción.

Apoya en la planificación de *cursos de acción que permitan la consolidación de la empresa en el mercado, aportando elementos para la toma de decisiones de la dirección o la gerencia.

Evalúa objetivamente los resultados obtenidos de las estrategias seguidas por la empresa.

Contribuye a una óptima *imagen corporativa de la institución.

Logra el posicionamiento de una marca específica y la fijación en la mente de ella en los consumidores, a través de promociones y publicidad de sus productos y servicios.

Apoya en el proceso de detección de las necesidades de los clientes de una empresa, investigando el efecto que los productos o servicios ofrecidos producen en el consumidor. Conoce las técnicas de fabricación usadas en la producción de los *bienes o servicios poniendo atención a la calidad y presentación de los productos. Y asesora en la adaptación de los productos a las necesidades de los clientes.

Participa en la definición de objetivos, estrategias y metas de la organización de las actividades comerciales de la empresa.

Elabora planes de ventas, dirige y coordina sus operaciones.

Dirige y decide el trabajo de diseño, comunicación e intensidad de las campañas de publicidad y promoción.

Investiga las redes y medios de distribución de los productos y servicios para llevarlos a los consumidores y usuarios en poco tiempo y al más bajo costo.

Investiga el comportamiento de la competencia y analiza la estrategia del competidor.

Realiza labores de promoción, relacionándose directamente con los clientes, estableciendo los contactos necesarios para la empresa.

Se hace cargo de las relaciones con los *proveedores y controla el suministro de materiales.

Maneja las relaciones con los clientes de tal manera que éstos encuentren un apoyo técnico-comercial.

Fija las listas de precios, los porcentajes de descuento y los plazos de entrega, los presupuestos para campañas de promoción de ventas, los métodos de venta, *incentivos y campañas especiales.

Vigila los gastos y asegura la utilización racional de los recursos de esta área.

Controla la selección, formación y rendimiento del personal del área.

Representa al área en sus relaciones laborales con otras áreas de la empresa o con terceros.

Campo Ocupacional

Área comercial de todo tipo de empresas, como:

Compañías distribuidoras

Empresas de exportaciones e importaciones

Agencias de publicidad

Compañías de estudios de mercado.

Servicios comerciales de empresas industriales.

Despachos o agencias de consultorías, en sectores como el turismo, negocios internacionales o culturales.

Empresas comerciales de *mayoreo y *menudeo

Empresas de servicios.

Ejercicio de su profesión en forma independiente al crear su propia empresa, formando un bufete de asesoría, consultoría y auditoría de la mercadotecnia.

Supermercados

Agencias de aduanas, etc.

Duración aproximada de los años de estudio

3 años, nivel técnico.

5 años para Licenciatura en Mercadotecnia

Principales asignaturas contempladas en el plan de estudios.

Asignaturas de formación General

Inglés (varios niveles), Computación, Principios generales de Derecho, Psicología, *Sociología, Matemáticas Básica.

Asignaturas de formación Básica.

Fundamentos de Economía, Fundamentos de Administración, Fundamentos de Contabilidad, Relaciones Públicas, Matemáticas financiera, Taller de Análisis y Solución de Problemas, Fundamentos de Mercadotecnia, Información y Comunicación social, Modelos Administrativos, Derecho Mercantil, Derecho Internacional de los Negocios.

Área profesional

*Macroeconomía, Economía de la Empresa, Estadística para Negocios, *Mercado de Valores, Herramientas Informáticas, Análisis e Interpretación de Estados Financieros, Mercados Monetarios, Introducción al Comercio y Finanzas Internacionales, Globalización, Análisis del Consumidor, Investigación de Mercados, Estrategias de Mercado, Medios Audiovisuales, Análisis de la Realidad Nacional, Evaluación de Proyectos Comerciales, Análisis de la Competencia, Sistema de Distribución y Logística, Estrategia y Desarrollo de Nuevos Productos, Política de Precios , Promoción , Administración de Recursos, *Mercadotecnia Básica, Mercadotecnia de Productos Agropecuarios, Mercadotecnia de Servicios, Mercadotecnia Industrial, Mercadotecnia Internacional, Toma de Decisiones Administrativas, Administración de Compras , Administración de la Publicidad, Administración de las Ventas, Laboratorio de Ventas.

En **Licenciatura en Mercadotecnia**, existe mayor profundidad en el área Económica, Contable, en Estadística e Investigación de Mercados.

Vocación, Habilidades e Intereses necesarios en el postulante a esta carrera.

Intereses

Gusto por el comercio como vender, regatear, intercambiar, etc.

Interés por emprender cosas nuevas, tener proyectos en el área social-comercial.

Atento a estar siempre informado de los proyectos que suceden a su alrededor.

Interés en la observación de las personas en sus relaciones e intereses sociales-comerciales.

Gusto por emprender los asuntos con estrategia.

Le atraen los desafíos.

Le motiva hacer averiguaciones, conseguir cosas, plantear ideas, hacer diligencias, etc.

Interés en relacionarse con gente influyente.

Interés por desarrollar ideas en el campo de los negocios.

"Siempre me gustó jugar a "La Gran Capital" porque ahí se vende, se compra, se arrienda, etc.

"desde pequeño hice trueques con mis compañeros"

Habilidades

Imaginación, creatividad e iniciativa en el área comercial.

Habilidad para dar a conocer y persuadir a un grupo respecto de una idea determinada.

Capacidad para realizar aportes oportunamente frente a una situación nueva.

Habilidad para comunicarse.

Destreza para redactar informes y manejar información escrita como su clasificación, verificación, etc.

Atención distribuida, es decir, capacidad para atender con eficiencia asuntos diversos o de diferente índole, con eficiencia.

Vocación

Construir en el aspecto social, cotidiano y económico.

Estar donde se presentan constantes desafíos que dependen de uno y a la vez poder demostrar las habilidades que se tienen para desarrollar, crear y determinar cosas.

Crear e innovar en el área comercial.

O cualquier sueño o anhelo específico que se sienta involucrado u orientado hacia esta dirección.

Personalidad del Postulante

Sociable

Buenas relaciones sociales.

Disposición a la iniciativa en la toma de decisiones.

Conducta regida por los principios de la eficiencia en la conducción de este tipo de actividad.

Emprendedor, dinámico, proactivo, competitivo y realista.

Capacidad para adaptarse a los cambios.

Personalidad adaptable para el trabajo en equipo.
Empático

Ámbito de trabajo

Urbano.

Se desenvuelve en el ámbito comercial.

Ambiente de gestión y sociabilidad donde se debe desplazar de un lugar a otro y relacionarse con distintas personas.

Capaces de trabajar en un ámbito altamente competitivo.

Carreras afines y relacionadas

Publicidad

Administración de Empresas

Comercio Exterior

Administración de Recursos Humanos

Relaciones Públicas o cualquier otro nombre que reciba esta carrera como:

Comunicación Empresarial
Comunicación Estratégica
Comunicación Organizacional

Glosario de Términos

***Mercado:** Ámbito público destinado para comerciar (compra y venta) productos y servicios.

***Mercadotecnia:** Compra o venta en el mercado.

***Cursos de acción:** camino a tomar en la realización de algo.

***Demanda:** la cantidad y calidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio determinado.

***Bienes:** pertenencias de una persona, sus bienes, sus cosas.

***Logística:** Técnica o modo de transporte de los productos.

***Gestionar:** hacer las averiguaciones y trámites para sacar adelante un proyecto.

***Macroeconomía:** lo que respecta a la producción y consumo de las riquezas de un país.

***Sociología:** Ciencia que estudia al hombre en sus relaciones con la sociedad.

***Mercado de Valores:** donde se tranzan o comercializan (compra-venta) valores.

***Valores:** documentos, títulos de renta, acciones u obligaciones que representan cierta suma de dinero.

***Documentos:** prueba escrita que certifica una propiedad.

***Título de Renta:** documento que certifica el derecho de una utilidad o interés.

***Acciones:** documentos que representan el valor de la empresa. El número de acciones pertenecientes a un socio indica su participación económica y su correspondiente pertenencia en esa sociedad poseedora de dicha empresa.

***Proveedores:** Personas encargadas de abastecer de lo necesario.

***Mayoreo:** ventas del producto por mayor o en grandes cantidades.

***Menudeo:** ventas del producto en unidades o pequeñas cantidades.

***Imagen Corporativa:** prestigio o imagen de una empresa.

***Mercados potenciales:** posibles clientes para un producto.

***Intermediario:** persona que media entre otras para un negocio.

***Incentivos:** atractivo que mueve a realizar algo.