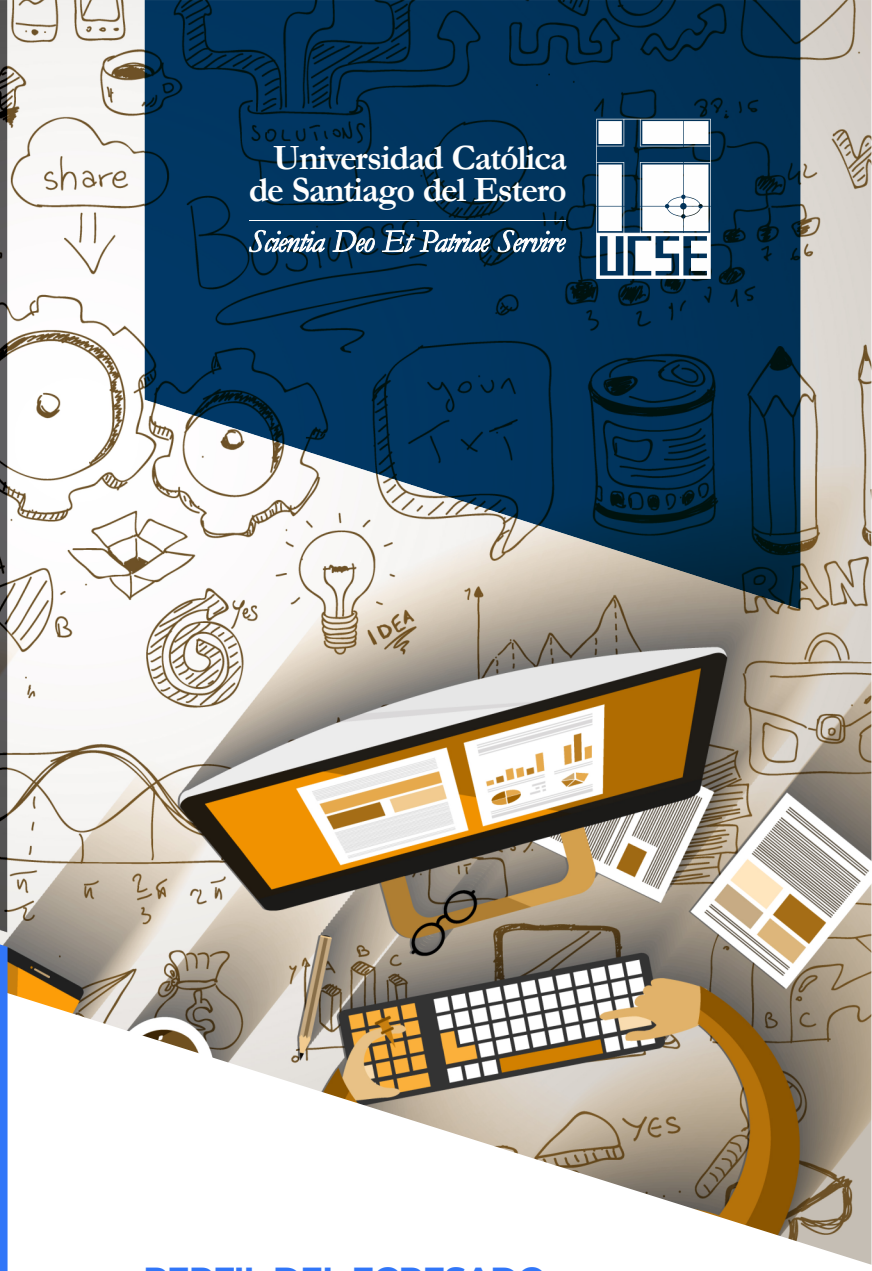
# Universidad Católica de Santiago del Estero

Universidad Católica de Santiago del Estero

*Scientia Deo Et Patriae Servire*

UCSE



## Tecnicatura Universitaria en

# Marketing

## PERFIL DEL EGRESADO

Se propone, a partir de los conocimientos, habilidades, actitudes y valores adquiridos, for-mar un egresado con un perfil que se distinga por:

- Desarrollar una visión integral de la organización, desde la perspectiva del cliente.
- Demostrar una sólida formación práctica para desarrollar planes comerciales, aten-diendo siempre a los objetivos y las decisiones tácticas sobre el marketing mix (Producto-Precio-Plaza y Promoción) con un perfil creativo e innovador.
- Promover la integración de equipos de trabajo con espíritu colaborativo estable-ciendo vínculos personales, basados en el respeto y la confianza.
- Contribuir la solución de los problemas socioeconómicos de su comunidad y desarrollen las actitudes y valores éticos necesarios para desempeñarse en organizaciones sustentadas en el bien común

**Título**

Técnico Universitario en Marketing

**Duración**

2 años y medio

**Para más información: www.ucse.edu.ar**

# PLAN DE ESTUDIOS

**Primer año**

- Fundamentos de marketing
- Informática aplicada
- Administración general
- Microeconomia
- Estadística
- Comunicación
- Comportamiento del consumidor
- Desarrollo emprendedor

**Segundo año**

- Técnica de ventas
- Análisis de mercados
- Marketing de servicios
- Comercio electrónico
- Ingles I
- Atención y servicios al cliente
- Relaciones públicas
- Gestión de equipos
- Marketing global
- Ingles II

**Tercer año**

- Publicidad y promoción
- Técnicas de negociación
- Responsabilidad social
- Ética profesional
- Practicum

# ALCANCES DEL TÍTULO

Sobre la base del perfil antes definido, el egresado de la Tecnicatura Universitaria en Marketing tendrá competencias para realizar las siguientes actividades profesionales:

- Colaborar en el diseño e implementación de políticas y estrategias de marketing tendientes al crecimiento, innovación y logro de las metas organizacionales.
- Asistir en la generación de la organización, planificación y gestión del área comercial de una empresa.
- Coadyuvar en la implementación de la mercadotecnia vinculada a las diferentes dimensiones del marketing.
- Participar en equipos interdisciplinarios realizando acciones de gestión comercial de organizaciones públicas o privadas.