

TÉCNICO EN MARKETING



1. PRESENTACIÓN

Hablar hoy de Marketing resulta sin lugar a duda un tema de mucho interés por los constantes cambios suscitados en un entorno caracterizado por las permanentes mutaciones y tendencias diferenciadas, de tal suerte que los procesos de Marketing busquen satisfacer las necesidades de los clientes desde todas sus posibles perspectivas, por tanto, el reto de los empresarios y especialistas en marketing es identificar y adaptarse a estas nuevas tendencias.

Hoy en día las redes sociales son los verdaderos protagonistas para poder interactuar con otras personas y empresas. Las podemos definir como el intercambio dinámico y activo entre personas, grupos o instituciones dentro de un sistema abierto y en evolución permanente que involucra a diferentes miembros, con unas necesidades concretas para potenciar sus recursos y ganar así protagonismo y posicionamiento.

El cliente se ha convertido en el eje fundamental de las empresas y el mercado, por ello, su fidelización es uno de los principales retos del siglo XXI. El marketing relacional se ha convertido en el gran protagonista dentro del entorno empresarial como estrategia que no solo nos ayuda a conocer a los clientes en profundidad, sino a conservarlos. ¿Quién no utiliza hoy en día alguna tarjeta? Pero debemos evitar caer en el error de confundir un cliente fiel con un cliente cautivo, es decir, aquel que atraemos únicamente a través de las promociones. con su confianza, el segundo, tristemente, nos castigará con su indiferencia cuando se termine la promoción.

2. NOMBRE DEL PROGRAMA

La Universidad de las Ciencias Empresariales propone la autorización para la carrera de:

Técnico en Marketing

3. POBLACIÓN A LA QUE SÉ DIRIGE LA CARRERA

El programa de Técnico en Marketing de la Universidad UCEM, está dirigida a todas aquellas personas que, además de cumplir con los requisitos de ingreso estipulados, estén dispuestos a enfrentarse a los cambios del medio ambiente de trabajo que se relaciona con el sector empresarial en general.

4. PERFIL DE SALIDA

El estudiante que complete el programa de Técnico en Marketing es capaz de desempeñarse en áreas de:

- a) Identificación de perfiles de consumidor
- b) Diseño de plan de marketing
- c) Manejo de medios sociales digitales
- d) Diseño de páginas web con plantillas
- e) Dirección de proyectos de marketing
- f) Planeación e implementación de estrategias de mercadotecnia.

5. REQUISITOS DE INGRESO Y GRADUACIÓN

REQUISITOS DE INGRESO

Los requisitos de ingreso para el programa son: Noveno año aprobado. Deseable con bachillerato de secundaria.

Dentro de esos términos, el estudiante deberá:

- Completar todos los documentos de inscripción suministrados por la Universidad.
- Presentar original y una fotocopia del título (Noveno o Bachiller).
- Aportar una fotografía reciente, tamaño pasaporte.
- Presentar su cédula de identidad original y copia de ella por ambos lados.

REQUISITOS DE GRADUACIÓN

Para graduarse en la Universidad UCEM Alajuela con el **Grado de Técnico**, el estudiante deberá:

- Cursar y aprobar todas las materias contempladas dentro del plan de estudios.
- Estar al día en todas las obligaciones financieras
- Haber cancelado los derechos de graduación

6. DURACIÓN DEL PROGRAMA

El programa de **TÉCNICO EN MARKETING** de la Universidad UCEM Alajuela está conformado por doce (12) cursos.

Los cursos y diversas actividades del plan de estudio del programa técnico estarán distribuidos en ciclos lectivos cuatrimestrales de 12 semanas cada uno. Sin embargo, la UCEM podrá ofrecer sus cursos y actividades académicas en otros ciclos lectivos: mensuales, bimestrales, trimestrales, semestrales o anuales

Por tanto, la duración del Programa se establece en un año aproximadamente.

7. TÍTULO Y GRADO QUE SE OTORGARÁ

El programa otorgará el título de:

TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

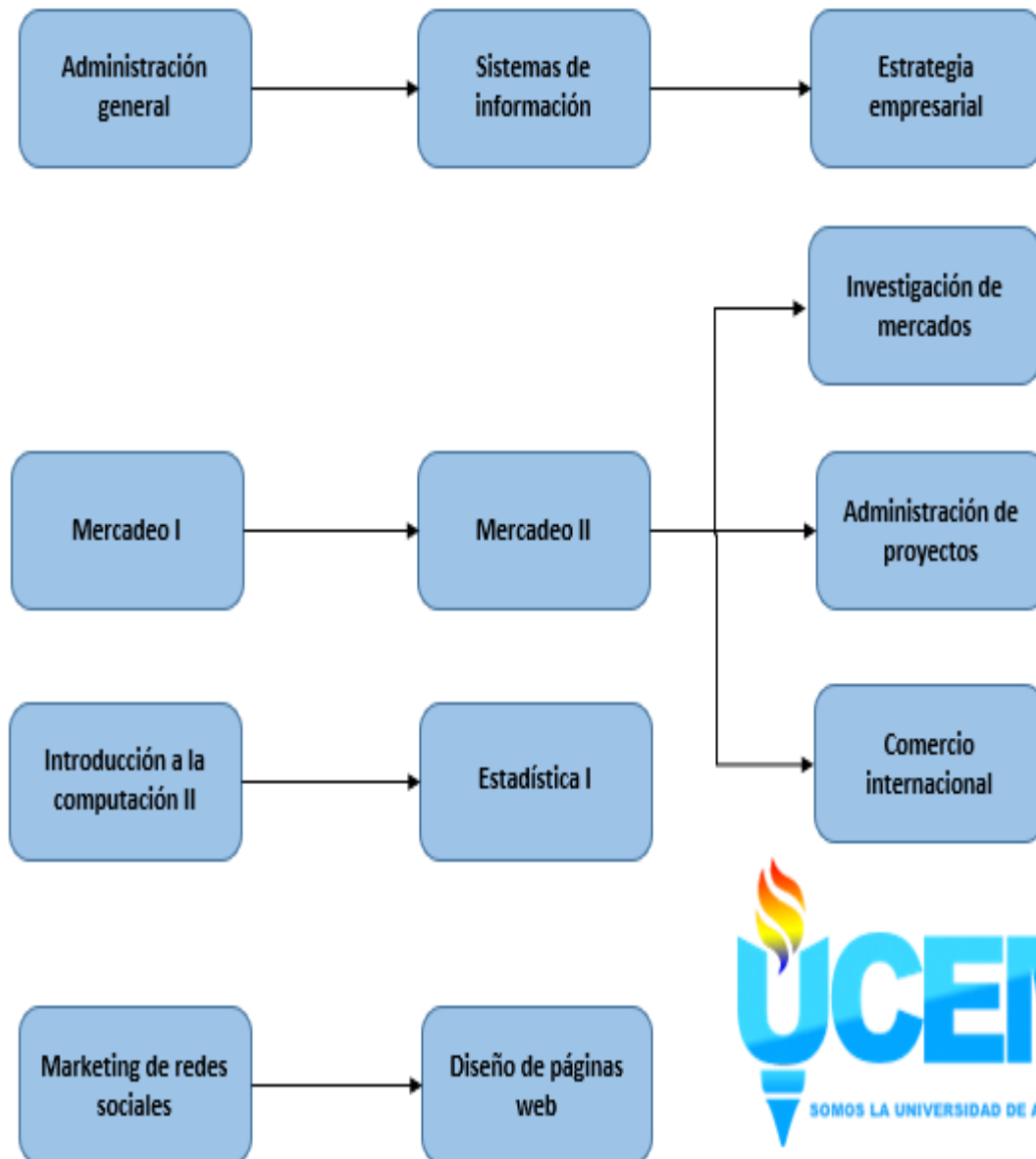
8. COSTOS DEL PROGRAMA

Los costos establecidos para el técnico son los siguientes:

Costo del cuatrimestre contado	¢ 140.000 + 2% IVA (4 materias)
Costo del cuatrimestre financiado	¢ 150.000 + 2% IVA (3 pagos mensuales)
Derecho de graduación	¢ 125.000 + 2% IVA

9. PLAN DE ESTUDIOS

El plan de estudios diseñado para esta carrera se describe a continuación:



10. EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La evaluación de los aprendizajes se rige por las disposiciones generales establecidas por la Universidad y por las específicas contenidas en el programa del curso, que debe haberse comunicado a los estudiantes matriculados en el período ordinario y extraordinario al inicio del curso.

La evaluación de los cursos se rige por las normas siguientes:

- a) Las actividades de aprendizaje tienen un carácter autodidacta, razón por la cual, el estudiante debe realizar individualmente las lecturas del material académico proporcionado en la plataforma para poder completar las asignaciones establecidas en la plataforma en la fecha y hora.
- b) Las calificaciones se cuantifican en una escala de 0 a 100, sin decimales.
- c) Los cursos de grado, salvo las excepciones que se plantean en esta u otras normativas académicas, se aprueban con nota igual o superior a setenta (70).
- d) El estudiante que obtiene un promedio final inferior a sesenta (70) debe repetir el curso.
- e) El estudiante que no presente 3 actividades de aprendizaje consecutivas será dado de baja inmediatamente y se le asignará una condición de reprobado.
- f) No hay derecho a una prueba extraordinaria

11. MODALIDAD DE LA EDUCACIÓN TÉCNICA VIRTUAL

Para el debido entendimiento de la modalidad educativas a utilizar para el desarrollo de programas técnicos será:

Educación 100% virtual en línea: Está modalidad implica que la relación que mantiene la institución o el tutor asignado con el estudiante es por medio de la plataforma. El estudiante puede comunicarse con el tutor para aclaración de dudas por medio del correo tecnicos@ucem.ac.cr

[Al ser 100% virtual el estudiante no se encuentra sujeto a horarios fijos y puede organizar su tiempo disponible de la manera que lo desee, siempre y cuando cumpla con los términos de entrega de las actividades de aprendizaje establecidas.](#)

No se dan lecciones presenciales de ninguna manera, el material académico, las actividades de aprendizaje, las rúbricas de evaluación y cualquier elemento que así lo disponga la universidad estará disponible en la plataforma académica de la universidad <https://ucem.ac.cr>

12. DE LA PLATAFORMA TECNOLÓGICA

La Universidad brindará la plataforma tecnológica y los servicios digitales necesarios para el óptimo desarrollo de la educación universitaria virtual, así como los servicios de soporte y asistencia técnicos que garantizan la funcionalidad y buen desempeño de las actividades académicas desarrolladas en línea.

La dirección electrónica del sistema de administración del aprendizaje virtual (LMS) estará disponible para los estudiantes y profesores quienes participan en esta modalidad educativa y dispondrá de la normativa, la documentación, los accesos y los servicios que forman parte del entorno virtual de aprendizaje.

13. OBLIGACIONES DEL ESTUDIANTE

Serán obligaciones del estudiante que imparta cursos en las modalidades de la educación universitaria virtual:

- a) Asumir el compromiso de estudio autodidáctico y autogestionado.
- b) Organizar y planificar su tiempo de manera que cumpla efectivamente con los tiempos asignados según el sílabo académico del curso, para las distintas actividades académicas y de evaluación que el curso comprenda.
- c) Reportar con prontitud, exactitud y utilizando el canal definido por la Universidad, cualquier dificultad que le presente en el acceso o la navegación del curso virtual.
- d) Contar con los recursos tecnológicos necesarios para llevar el curso tales como: computadora, software, acceso a internet, audio, micrófono, y cualquier otro equipamiento requerido.
- e) Participar en las actividades del curso en línea, en los tiempos y en los formatos establecidos de acuerdo con las indicaciones en el sílabo, en la plataforma o por parte del docente.
- f) Utilizar los medios y canales oficiales de comunicación con el tutor y con la Universidad.
- g) Cumplir con los reglamentos universitarios, políticas, procedimientos, guías, manuales y lineamientos internos académicos, administrativos y financieros como parte de su deber.