Mercadotecnia y Gestión Comercial

Campo de acción de la carrera

Todos reconocemos y apreciamos los comerciales de televisión, reconocemos fácilmente nombres de marca y logotipos de una u otra corporación, que en la venta de sus productos son en extremo importantes. Hemos visitado centros de compras, examinado desplegados de menudeo, comparando precios, tratando con vendedores, evaluando y adquiriendo productos que provienen de otros estados o países. Al proceder de este modo, durante la mayor parte de nuestras vidas hemos desempeñado un papel en el sistema de mercadotecnia. Todos los seres humanos entramos en contacto a diario con algún aspecto de la mercadotecnia: publicidad, ventas, compras, promoción, comercialización, distribución. Pero ninguna de estas actividades es, por sí sola, la mercadotecnia. Sólo cuando todos esos elementos se combinan se llegará a lo que puede llamarse mercadotecnia como tal. En la actualidad, la mercadotecnia se ha diversificado y la encontramos conceptualizada en diferentes tipos relacionados con su área de atención, tales como: mercado del consumidor, mercado industrial, mercado gubernamental, mercado de revendedores y mercado de organizaciones no lucrativas.

La mercadotecnia en las dos últimas décadas ha experimentado un rápido crecimiento y se ha convertido en un área estratégica dentro de las organizaciones. Si a esto sumamos el concepto de gestión comercial hace que los negocios busquen los mejores mecanismos para que sus productos lleguen a los oídos del consumidor y si hay compra lleguen a sus manos de la manera que los solicitaron. El mercadeo y gestión por internet es algo que va creciendo y esta carrera toma en cuenta esta nueva forma de hacer negocios.

Importancia de la misma

Esta carrera es importante pues la globalización, que ya es una realidad, requiere de profesionales capaces de negociar en todos los niveles del mundo buscando los beneficios más amplios para su empresa y para el país. Con esta carrera, las empresas costarricenses tendrán un profesional bien formado en aspectos de negociación y gestión comercial con amplios conocimientos en las nuevas técnicas del mercadeo electrónico.

Tareas o funciones típicas que ejerce la persona graduada

El graduado de Mercadotecnia y Gestión Comercial de la Ulatina puede ejercer diversas funciones tales como:

a. Establecer la relación de precio con todas las áreas funcionales de la empresa.
b. Aplicar los conceptos y procedimientos básicos de la estadística a problemas específicos de los negocios.
c. Utilizar herramientas como Internet para el manejo de la comunicación y los negocios reconocida por los expertos en materia de economía, mercadotecnia y administración.
d. Aplicar las herramientas de la contabilidad para tomar decisiones, a partir de la identificación de componentes de sistema presupuestal y tipos de información generada.
e. Diseñar un sistema logístico a partir de características de los canales de distribución, sustentándose en su estructura y funcionamiento en los procesos mercadológicos.
f. Desarrollar y administrar la mezcla de mercadotecnia (producto-servicio, promoción, distribución y precio), para crear estrategias de gestión comercial de negocio a cliente y de negocio a negocio.
g. Poseer habilidad para la venta de productos y servicios, desde su contacto inicial hasta su cierre con el cliente.
h. Administrar las ventas, desde el pedido hasta la entrega al cliente.
i. Planear y desarrollar productos desde su determinación, trabajo de campo, presentación de resultados y toma de decisiones.
j. Desarrollar estrategias que fomenten relaciones duraderas con clientes y proveedores.
k. Utilizar tecnologías de información especializadas y de vanguardia, para la toma de decisiones y comercialización de productos y servicios.
l. Diseñar estrategias de comunicación persuasiva con los mercados a nivel nacional e internacional, con el fin de apoyar su desarrollo sustentable en lo económico y social.

Mercado laboral

La persona graduada de este bachillerato debe abrir un nuevo campo en el país pues esta carrera solamente es ofrecida por la Ulatina. No obstante, la necesidad del sector servicios incluyendo comercial y manufactura es evidente. El trabajo actualmente lo hacen profesionales de negocios que tienen poca o ninguna formación en esta disciplina. La Universidad aporta un nuevo profesional que reúne las características necesarias para desempeñar el puesto en áreas de gestión comercial y mercadotecnia

Tipo de puestos que ocuparían

La persona graduada de este bachillerato está capacitada para desempeñarse en mercadotecnia y gestión comercial en las PYMES y en grandes empresas productoras de bienes y servicios, públicas y privadas, que requieran operar y mejorar sus ingresos haciendo uso de las herramientas de la mercadotecnia y la gestión comercial. Este profesional podrá desempeñarse, entre otras, en las siguientes ocupaciones: dueño de su propia empresa, jefe de producto y marca, coordinador de eventos especiales, jefe de ventas internacionales, coordinador de cuentas clave, coordinador de licitaciones, supervisor de telemercadeo, director de relaciones públicas, coordinador de relaciones con el consumidor, jefe de “displays”.

Formación profesional

Universidad Latina de Costa Rica, en su Sede de San Pedro ofrece el Bachillerato en Mercadotecnia y Gestión Comercial.

Requisitos de ingreso

El aspirante a este bachillerato debe:

a. Poseer, a criterio de la Universidad, los conocimientos, habilidades y aptitudes propias del perfil de la carrera o grado de su elección.
b. Presentar el título de Bachiller en Enseñanza Media o su equivalente, y dos fotocopias de éste. En el caso de títulos emitidos en el extranjero, deberán estar debidamente equiparados por el Ministerio de Educación Pública de Costa Rica.
c. Presentar original y copia de su documento de identificación vigente.

Duración

Número de ciclos lectivos 9 cuatrimestres
Número de cursos 36
Número de créditos 144

Plan de estudios

I CUATRIMESTRE

Fundamentos de Análisis Matemático
Principios y Perspectivas de la Administración
Modelos de Pensamiento
Inglés I

II CUATRIMESTRE

Principios de Contabilidad
Introducción a la Mercadotecnia
Comunicación Oral y Escrita
Inglés II

III CUATRIMESTRE

Matemática Financiera
Comportamiento del Consumidor
Economía General
Inglés III

IV CUATRIMESTRE

Estadística para Negocios
Segmentación de Mercados
Computación I
Inglés IV

V CUATRIMESTRE

Contabilidad Administrativa y Costos I
Administración por Calidad
Inserción Laboral y Calidad Profesional
Inglés V

VI CUATRIMESTRE

Análisis e Interpretación de Estados Financieros
Investigación de Mercados I
Software Aplicado a Mercadotecnia
Inglés VI

VII CUATRIMESTRE

Administración Financiera
Investigación de Mercados II
Negociación Estratégica
Promoción de Ventas y Merchandising

VIII CUATRIMESTRE

Cadena de Suministros
Diseño y Desarrollo de Productos
Instrumentos de Evaluación Estratégica
Administración de Operaciones e Inventarios

IX CUATRIMESTRE

Optativa I
Estrategia de Precios
E-Business
Coaching Estratégico

Agradecimiento

Ing. Jorge Acuña Acuña, Doctor en Ingeniería Industrial.
Vicerrector Académico,
Universidad Latina de Costa Rica, Campus San Pedro.
Correo electrónico jorge.acuna@ulatina.cr