

ANEXO Nº 8A

PERFIL DE EGRESO IES

DENOMINACIÓN DE LA INSTITUCIÓN	I.E.S.T.P. DE CONCEPCIÓN	CÓDIGO MODULAR DEL INSTITUTO	0920736
SECTOR ECONÓMICO	Actividades profesionales, científicas y técnicas	FAMILIA PRODUCTIVA	Servicios prestados a empresas
ACTIVIDAD ECONÓMICA	Publicidad y Estudios de Mercado		
DENOMINACIÓN VARIANTE			
DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS SEGÚN CNOF (según corresponda)	Marketing	CÓDIGO *	M2973-3-001
FORMACIÓN**		MODALIDAD DEL SERVICIO EDUCATIVO	Presencial
NIVEL FORMATIVO	Profesional Técnico		

DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE EGRESO	Filtrar
El Profesional Técnico de Marketing tiene competencias para realizar el análisis del mercado identificar las necesidades del consumidor, aplicando estrategias del desarrollo del producto y/o servicio asimismo gestiona estrategias de comercialización para el logro de los objetivos de la empresa y la satisfacción del mercado actual, tomando en cuenta la normativa vigente, manteniendo una comunicación efectiva con un lenguaje claro y preciso, utilizando el idioma inglés y las técnicas de información de acuerdo a la necesidad en su desempeño profesional, actuando en la solución de problemas aplicando la ética profesional, desarrollando la innovación y emprendimiento en el planteamiento de proyectos sostenibles en bien de su desarrollo personal, teniendo en cuenta el cuidado físico y psicológico para su bienestar integral.	
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (UNIDAD DE COMPETENCIA)	
Analizar el mercado, de acuerdo a las variables del entorno del negocio, público objetivo y recursos disponibles.	
Ejecutar las estrategias del desarrollo del producto y/o servicio, en función a los objetivos de la empresa y teniendo en cuenta normativa vigente.	
Gestionar las estrategias de comercialización (precio, plaza y promoción), en función a los objetivos de la empresa, características del producto y/o servicio y del mercado, teniendo en cuenta la normativa vigente.	
COMPETENCIAS PARA LA EMPLEABILIDAD	
Comunicación efectiva: Expresar y comprender de manera clara conceptos, ideas y sentimientos, hechos y opiniones en forma oral y escrita para comunicarse e interactuar con otras. (UD).	
Inglés: Comprender y comunicar ideas cotidianamente, a nivel oral y escrito, así como interactuar en diversas situaciones en idioma inglés, en contextos sociales y laborales. (UD).	
Tecnologías de la información: Manejar herramientas informáticas de las TIC para buscar y analizar información, comunicarse y realizar procedimientos o tareas vinculadas al área profesional de acuerdo con los requerimientos de su entorno laboral. (UD).	
Ética: Establecer relaciones con respecto y justicia en los ámbitos personal, colectivo e institucional, contribuyendo a una convivencia democrática, orientada al bien común que considere la diversidad y dignidad de las personas, teniendo en cuenta las consideraciones aplicadas en su contexto laboral. (UD).	
Solución de problemas: Identificar situaciones complejas para evaluar posibles soluciones, aplicando un conjunto de herramientas flexibles que conlleven a la atención de una necesidad. (UD).	
Innovación: Desarrollar procedimientos sistemáticos enfocados en la mejora significativa u original de un proceso, producto o servicio respondiendo a un problema, una necesidad o una oportunidad del sector productivo y educativo, el IES y la sociedad. (UD).	
Emprendimiento: Identificar nuevas oportunidades de proyectos o negocios que generen valor y sean sostenibles, gestionando recursos para su funcionamiento con creatividad y ética, articulando acciones que permitan desarrollar innovaciones en la creación de bienes y/o servicios, así como en procesos o productos ya existentes. (UD)	
Actividades físicas y deportivas: Practicar actividades físicas y deportivas para el bienestar integral (físico y psicológico) desarrollando valores, disciplina y actitud colaborativa. (UD).	
Trabajo Colaborativo: Participar de forma activa en el logro de objetivos y metas comunes, integrándose con otras personas con criterio de respeto y justicia, sin estereotipos de género u otros, en un contexto determinado. (T)	

Igualdad de Género: Interactuar con sus pares, estableciendo relaciones de respeto y equidad, fomentando la igualdad de oportunidades en el ejercicio de derechos de mujeres y hombres para la construcción de relaciones democráticas e igualitarias en el ámbito familiar, social y laboral. (T)
Liderazgo Personal Y Profesional: Articular recursos y potencialidades de cada integrante de su equipo logrando un trabajo comprometido, colaborativo, creativo, ético, sensible a su contexto social y ambiente, en pro del bien común. (T)
Interculturalidad: Establecer relaciones de reconocimiento e intercambio de la diversidad cultural, étnica, lingüística, así como del rescate y aprovechamiento de la innovación tecnológica y social de los saberes indígenas o tradicionales, con pertinencia cultural contribuyendo a la integración nacional, la no discriminación y el desarrollo nacional equitativo. (T)
ÁMBITOS DE DESEMPEÑO
El profesional Técnico de Marketing puede desempeñar en las siguientes actividades: Área de Marketing. Área de Investigación de Mercados. Área de Ventas. Área de Publicidad. Área de Relaciones Públicas. Área de Control de calidad. Área de Administración. Área de logística.

Pautas Generales:

1. Descripción del perfil de egreso: Descripción general y breve de los desempeños que será capaz de realizar el egresado en el campo laboral, al concluir el programa de estudio en correspondencia con las competencias técnicas y de empleabilidad.
2. Competencias específicas: Transcripción de las unidades de competencia del programa de estudio, establecido en el CNOF. En caso de que el programa no se encuentre en el CNOF se tomarán las Unidades de Competencias definidas mediante el análisis de la actividad económica correspondiente.
3. Las competencias para la empleabilidad: son priorizadas por la institución educativa, en concordancia con los Lineamientos Académicos Generales establecidos por el MINEDU y su modelo educativo. Se debe distinguir los que se abordarán como unidad didáctica (UD), de manera transversal (T) o ambas (UD/T)
4. Ámbitos de desempeño: Listar los campos o áreas laborales en los cuales el egresado del programa de estudio se podrá insertar.

*Se considera el código del programa de estudios del CNOF, de ser el caso.

** Indicar sólo en el caso de que sea Dual o En Alternancia, caso contrario dejar la celda en blanco.

