Técnico en Marketing y Ventas

Plan de estudios 2026

Programa técnico de un año, organizado en seis módulos bimestrales de 32 horas cada uno.

CÓDIGO	CURSO
BIMESTRE	**I**
IC 01	Definiciones de marketing
IC 02	Necesidades y deseos
IC 03	Variables externas incidentes en mercadeo
IC 04	Estudios de mercado
IC 05	Tendencias actuales de marketing
BIMESTRE	**II**
IC 06	Planeamiento de ventas y distribució
IC 07	Gestión de ventas
IC 08	Administración de personal de ventas
IC 09	Control de ventas
BIMESTRE	**III**
IC 10	El proceso promocional
IC 11	Promoción y ciclo de vida del producto
IC 12	Ética publicitaria
IC 13	Tecnologías informativas y promoción de ventas

BIMESTRE	IV
IC 14	Investigación de mercados
IC 15	Diseño de investigación y recopilación de datos
IC 16	Análisis de información
IC 17	Presentación de investigación de mercados
IC 18	Evaluación de viabilidad

BIMESTRE	V
IC 19	Mercados de consumidores y comportamiento de compra
IC 20	Factores incidentes en la conducta del consumidor
IC 21	La pirámide de Maslow
IC 22	Proceso de compra
IC 23	Tipos de consumidores
IC 24	Las fuerzas de Porter y los consumidores

BIMESTRE	VI
IC 25	Marco legal de comercio de Costa Rica
IC 26	El sector público
IC 27	El sector privado
IC 28	Instituciones incidentes en el comercio costarricense
IC 29	Planes estratégicos según sector



Requisitos de Graduación

- **Aprobar todos los módulos**
  Superar la totalidad de los cursos del programa técnico.

- **Derechos de Graduación**
  Cancelar los derechos de graduación respectivos.

Plan sujeto a las disposiciones académicas vigentes de la Universidad Santa Lucía.