

DENOMINACIÓN DE LA INSTITUCIÓN	ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS		CÓDIGO MODULAR DEL INSTITUTO	1472273	
SECTOR ECONÓMICO	ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS	FAMILIA PRODUCTIVA	SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS	ACTIVIDAD ECONÓMICA	PUBLICIDAD Y ESTUDIOS DE MERCADO
DENOMINACIÓN PROGRAMA DE ESTUDIOS	MARKETING	CÓDIGO DE SER EL CASO *	M2973-3-001	NIVEL FORMATIVO	PROFESIONAL TÉCNICO
MENCIÓN		N° HORAS:	2784	N° CRÉDITOS:	120
ENFOQUE DE FORMACIÓN**:	NINGUNA		MODALIDAD DEL SERVICIO EDUCATIVO	PRESENCIAL	

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (UNIDAD DE COMPETENCIA)	
UNIDAD DE COMPETENCIA	INDICADORES DE LOGRO DE LA COMPETENCIA
<u>Unidad de competencia N° 01:</u> Analizar el mercado, de acuerdo a las variables del entorno del negocio, público objetivo y recursos disponibles.	1. Asegura el cumplimiento de los objetivos de investigación análisis de mercado, de acuerdo a las necesidades de la empresa. 2. Monitorea la metodología de análisis de mercado, de acuerdo a los objetivos de la investigación y requerimientos de la empresa. (Técnicas modernas – innovación) 3. Recopila datos de los diferentes sectores del mercado según los objetivos de la investigación. 4. Procesa los datos recopilados el mercado, de acuerdo a la metodología de investigación y recursos disponibles. 5. Elabora reportes consolidando los hallazgos de la investigación según los requerimientos de la empresa. 6. Identifica oportunidades comerciales u oportunidades de mejora para el desarrollo de estrategias de marketing de la empresa.
<u>Unidad de competencia N° 02:</u> Ejecutar las estrategias del desarrollo del producto y/o servicio, en función a los objetivos de la empresa y teniendo en cuenta normativa vigente.	1. Evalúa las características del producto y/o servicio, en función a la oferta y demanda del mercado. 2. Aplica estrategias de marketing que permitan satisfacer las necesidades del público objetivo, en congruencia con los objetivos de la empresa. 3. Evalúa la generación del valor del producto y/o servicio que ofrece la empresa en función a las necesidades del mercado y al plan estratégico de la empresa. 4. Participa en el proceso de desarrollo e innovación de productos y/o servicios, en función a las necesidades del mercado y objetivos de la empresa
<u>Unidad de competencia 3</u> 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.	1. Supervisa los canales de atención en donde se comercializa los productos y/o servicios, en función a los objetivos de la empresa 2. Propone estrategias de precios de acuerdo al segmento de mercado objetivo, en función a los objetivos de la empresa 3. Supervisa la ejecución de las estrategias de promoción destinadas a comunicar los beneficios e incentivar la adquisición de los productos y/o servicios ofrecidos al mercado, en función a los objetivos de la empresa 4. Emite reportes de las estrategias de comercialización, de acuerdo a indicadores de ventas. 5. Propone oportunidades de mejora sobre las estrategias de comercialización en función a los indicadores de ventas y las tendencias de mercado.
COMPETENCIAS PARA LA EMPLEABILIDAD	
COMPETENCIA	INDICADORES DE LOGRO DE LA COMPETENCIA
<u>Competencia para la empleabilidad N° 01:</u> Comprender su condición humana, su razón de ser, su interrelación con los demás, la necesidad de contribuir en la mejora continua del	Utiliza estrategias de auto conocimiento, auto estima, auto motivación que le permiten comprender su condición humana, su razón de ser, su relación con los demás y la necesidad de mejorar continuamente tanto en lo personal como en lo laboral

contexto en el que se desarrolla.	Desarrolla su Plan de Vida planteando estrategias para el logro de sus objetivos profesionales y personales
<u>Competencia para la empleabilidad N° 02:</u> Utilizar de manera adecuada las diferentes herramientas informáticas de las TIC para buscar y analizar información, comunicarse con otros y realizar procedimientos o tareas vinculadas al área profesional, de acuerdo a los requerimientos de su entorno laboral.	Aplica herramientas ofimáticas que le permiten organizar, procesar y presentar información para el análisis y toma de decisiones.
<u>Competencia para la empleabilidad N° 03:</u> Expresar de manera clara conceptos, ideas, sentimientos, hechos y opiniones en forma oral y escrita para comunicarse e interactuar con otras personas en contextos sociales y laborales diversas.	Expresa opinión sobre los textos que lee para una comunicación eficaz Elabora informes escritos empleando las normas APA Utiliza las reglas de redacción y ortografía al redactar cartas y/o informes Realiza presentaciones efectivas virtuales y escritas, comunicando ideas, conceptos y sentimientos de forma clara y objetiva en la empresa. Utiliza herramientas de la comunicación activa para realizar interacciones asertivas
<u>Competencia para la empleabilidad N° 04:</u> Poner en práctica recursos personales que le permiten autorregular sus emociones y relacionarse de mejor manera con los demás, para coordinar acciones de forma efectiva y trabajar en equipo.	Desarrolla estrategias para manejar emociones, afrontar la crítica, con respeto a si mismo y los demás, aún teniendo que negarse o defender su punto de vista Identifica situaciones personales de stress y define estrategias para superarlo dentro de las actividades que realiza en la empresa.
<u>Competencia para la empleabilidad N° 05:</u> Reconocer los aspectos históricos y culturales de nuestro país mega diverso, plurilingüe y multicultural, para fomentar la admiración y fervor a la patria	Reconoce el espacio geográfico, geopolítico, ecológico del Perú y el desarrollo sostenible valorando las potencialidades que tiene el país como búsqueda del desarrollo sostenible y sus relaciones internacionales, que le ayude a desarrollarse de manera madura y positiva en todas las actividades dentro y fuera de la empresa. Analiza la realidad política del país, sus problemas y posibilidades con compromiso crítico y respeto por los derechos humanos considerando las bases teóricas de la Gobernabilidad, que lo motive a desarrollarse correctamente en todas sus actividades personales y profesionales. Valora la diversidad cultural peruana en la construcción de un país pluricultural, considerando la importancia del rol de la interculturalidad en la sociedad peruana que genere valor en las actividades empresariales que realice a lo largo de su vida profesional.
<u>Competencia para la empleabilidad N° 06:</u> Desarrollar habilidades que le permitan liderar de una manera efectiva, así como conducir equipos y aplicar técnicas para lograr acuerdos satisfactorios entre las partes en una negociación	Identifica estilos y tipos de liderazgo empresarial y su aplicación en los diferentes contextos laborales y personales Define estrategias y técnicas para trabajar en equipo dentro de la empresa . Aplica los principales conceptos de Negociación, teniendo en cuenta sus fases y estrategias para la aplicación en su desarrollo profesional en la Reconoce las técnicas de negociación y propone soluciones acertadas a los problemas o diferencias, de tipo empresarial, con la finalidad llegar a soluciones consensuadas en la empresa. Aplica debidamente las herramientas y estrategias de negociación en situaciones simuladas dentro de la empresa.
<u>Competencia para la empleabilidad N° 07:</u> Tomar decisiones certeras aún ante una situación de conflicto, dentro de una organización o desde su propio proyecto empresarial,	Decide soluciones factibles a los problemas en una organización o en su proyecto empresarial Aplica estrategias de gestión para manejar adecuadamente los conflictos dentro de la empresa.
<u>Competencia para la empleabilidad N° 08:</u> Garantizar la conservación del medio ambiente a través del cuidado de los ecosistemas	Diseña estrategias para el cuidado del medio ambiente durante el proceso productivo y la responsabilidad social tanto al interior como al exterior de la organización. Define y aplica objetivos y estrategias empresariales garantizando el cuidado de los ecosistemas.
<u>Competencia para la empleabilidad N° 09:</u> Actuar de manera ética a nivel profesional y personal, de acuerdo a valores y principios	Aplica valores y principios éticos y morales a nivel personal y profesional, para aplicarlos en el desarrollo de las labores dentro de la empresa. Distingue el juicio valorativo, acto valorativo y vivencia valorativa (valores personales); que lo ayude a desempeñarse correctamente dentro de las labores. Reconoce y diferencia las actitudes de acoso y abuso laboral para saber afrontarlos dentro de la empresa.
<u>Competencia para la empleabilidad N° 10:</u> Desarrollar habilidades personales que le permitan fortalecer y vender su propia imagen, con el objetivo de tener una mejor proyección personal y laboral	Útiliza recursos que le permiten elaborar estratégicamente su marca personal para conseguir una mejor proyección personal y laboral que lo ayude en el proceso de inserción laboral. Elabora su hoja de vida cumpliendo con los estándares actuales y es capaz de sostener de manera efectiva una entrevista de trabajo en su proceso de inserción laboral.

proyección personal y laboral.

Utiliza herramientas para administrar adecuadamente su tiempo y mejorar su proyección personal en las labores en la empresa.

*Se considera el código de la carrera del CNOF. En caso de que el programa no se encuentre en el CNOF dejarlo en blanco.

Pautas generales:

1. Las competencias específicas y de empleabilidad consignadas en el presente formato son las mismas del perfil de egreso.
2. Los indicadores de logro de las unidades de competencia deben ser los mismos del CNOF. En caso que el programa de estudio no se encuentre en el CNOF los indicadores de logro deben ser definidos por el IES o EEST.
3. Los indicadores de logro de las competencias para la empleabilidad deben ser definidos por el IES o EEST.

DENOMINACIÓN DE LA INSTITUCIÓN	ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS	CÓDIGO MODULAR DE LA INSTITUCIÓN	1472273
SECTOR ECONÓMICO	ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS	FAMILIA PRODUCTIVA	SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS
ACTIVIDAD ECONÓMICA	PUBLICIDAD Y ESTUDIOS DE MERCADO		
DENOMINACIÓN PROGRAMA DE ESTUDIOS	MARKETING	CÓDIGO *	M2973-3-001
NIVEL FORMATIVO	PROFESIONAL TÉCNICO	MENCIÓN DE SER EL CASO	

DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE EGRESO

El egresado del programa de estudios de Marketing del IES Privado "Administración y Negocios", será capaz de crear, comunicar y entregar productos que respondan a la satisfacción plena de las necesidades de los consumidores, resaltando las siguientes competencias:

- Desarrolla investigaciones de mercado.
- Implementa canales de distribución eficaces para la atención de las necesidades del consumidor.
- Diseña programas de promoción de productos y/o servicios.
- Administra el equipo de ventas.
- Dirige campañas publicitarias y diseña estrategias promocionales exitosas para una empresa.
- Desarrolla actividades de marketing interno.
- Desarrolla planes de marketing que generen valor, crecimiento y utilidades en la empresa.
- Aplica herramientas informáticas a fin de organizar, procesar y presentar información documental.
- Desarrollar destrezas de análisis, síntesis y pensamiento crítico, que le permita el planteamiento de una idea o solución innovadora frente a escenarios empresariales.
- Ejercer su liderazgo en el manejo de las organizaciones.
- Tomar decisiones acertadas frente a situaciones de índole empresarial.
- Trabaja ren equipos con constancia y dedicación, y ejerciendo su liderazgo en el manejo de las organizaciones.
- Desarrolla habilidades de negociación y solución de conflictos internos y externos de cualquier índole.
- Ejerce de manera ética a nivel personal y profesional, de acuerdo a valores y principios morales.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (UNIDAD DE COMPETENCIA)

Unidad de competencia N° 01:

Analizar el mercado, de acuerdo a las variables del entorno del negocio, público objetivo y recursos disponibles.

Unidad de competencia N° 02:

Ejecutar las estrategias del desarrollo del producto y/o servicio, en función a los objetivos de la empresa y teniendo en cuenta normativa vigente.

Unidad de competencia 3

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

Competencia para la empleabilidad N° 01:

Comprender su condición humana, su razón de ser, su interrelación con los demás, la necesidad de contribuir en la mejora continua del contexto en el que se desarrolla.

Competencia para la empleabilidad N° 02:

Utilizar de manera adecuada las diferentes herramientas informáticas de las TIC para buscar y analizar información, comunicarse con otros y realizar procedimientos o tareas vinculadas al área profesional, de acuerdo a los requerimientos de su entorno laboral.

Competencia para la empleabilidad N° 03:

Expresar de manera clara conceptos, ideas, sentimientos, hechos y opiniones en forma oral y escrita para comunicarse e interactuar con otras personas en contextos sociales y laborales diversas.

Competencia para la empleabilidad N° 04:

Poner en práctica recursos personales que le permiten autorregular sus emociones y relacionarse de mejor manera con los demás, para coordinar acciones de forma efectiva y trabajar en equipo.

Competencia para la empleabilidad N° 05:

Reconocer los aspectos históricos y culturales de nuestro país mega diverso, plurilingüe y multicultural, para fomentar la admiración y fervor a la patria

Competencia para la empleabilidad N° 06:

Desarrollar habilidades que le permitan liderar de una manera efectiva, así como conducir equipos y aplicar técnicas para lograr acuerdos satisfactorios entre las partes en una negociación

Competencia para la empleabilidad N° 07:

Tomar decisiones certeras aún ante una situación de conflicto, dentro de una organización o desde su propio proyecto empresarial,

Competencia para la empleabilidad N° 08:

Garantizar la conservación del medio ambiente a través del cuidado de los ecosistemas

Competencia para la empleabilidad N° 09:

Actuar de manera ética a nivel profesional y personal, de acuerdo a valores y principios

Competencia para la empleabilidad N° 10:

Desarrollar habilidades personales que le permitan fortalecer y vender su propia imagen, con el objetivo de tener una mejor proyección personal y laboral.

ÁMBITOS DE DESEMPEÑO

- Área de investigación de mercados de empresas
- Área de Ventas de empresas de comercialización y de servicios
- Área de Promociones de empresas público y privadas
- Área de Publicidad de empresas público y privadas
- Relaciones públicas de todo tipo de organizaciones.
- Organización de eventos
- Merchandising
- Analista de marketing
- Trade marketing
- Emprendimiento
- Community manager

Pautas Generales:

1. Descripción del perfil de egreso: Descripción general de los desempeños que será capaz de realizar el egresado en el campo laboral, al concluir el programa de estudio.
2. Competencias técnicas o 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 el marco normativo del MINEDU y su modelo educativo.
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.

DENOMINACIÓN DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA	ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS	CODIGO MODULAR DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA	1472273																																			
SECTOR ECONÓMICO	ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS	FAMILIA PRODUCTIVA	SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS																																			
DENOMINACION PROGRAMA DE ESTUDIOS	MARKETING	CÓDIGO DE SER EL CASO *	M2973-3-001																																			
MENTIÓN DE SER EL CASO	0	Nº. HORAS:	2784																																			
ENFOQUE DE FORMACIÓN**:	NINGUNA	Nº CRÉDITOS:	120																																			
MODALIDAD DEL SERVICIO EDUCATIVO	PRESENCIAL	<table border="1"> <thead> <tr> <th>COMPONENTES CURRICULARES</th> <th>Créd. T</th> <th>Créd. P</th> <th>Total créditos</th> <th>HT</th> <th>HP</th> <th>Total horas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Competencias técnicas o específicas</td> <td>59</td> <td>30</td> <td>89</td> <td>944</td> <td>960</td> <td>1904</td> </tr> <tr> <td>Competencias para la empleabilidad</td> <td>7</td> <td>12</td> <td>19</td> <td>112</td> <td>384</td> <td>496</td> </tr> <tr> <td>EFSRT</td> <td></td> <td>12</td> <td>12</td> <td></td> <td>384</td> <td>384</td> </tr> <tr> <td>TOTALES</td> <td>66</td> <td>54</td> <td>120</td> <td>1056</td> <td>1728</td> <td>2784</td> </tr> </tbody> </table>		COMPONENTES CURRICULARES	Créd. T	Créd. P	Total créditos	HT	HP	Total horas	Competencias técnicas o específicas	59	30	89	944	960	1904	Competencias para la empleabilidad	7	12	19	112	384	496	EFSRT		12	12		384	384	TOTALES	66	54	120	1056	1728	2784
COMPONENTES CURRICULARES	Créd. T	Créd. P	Total créditos	HT	HP	Total horas																																
Competencias técnicas o específicas	59	30	89	944	960	1904																																
Competencias para la empleabilidad	7	12	19	112	384	496																																
EFSRT		12	12		384	384																																
TOTALES	66	54	120	1056	1728	2784																																
% de créditos en forma virtual	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Equivalencia de un (1) crédito:(4)</th> <th>HT</th> <th>HP</th> <th>32</th> </tr> </thead> </table>		Equivalencia de un (1) crédito:(4)	HT	HP	32																															
Equivalencia de un (1) crédito:(4)	HT	HP	32																																			
% de créditos prácticos respecto del total de créditos:	45.00%																																					

MÓDULO	DESCRIPCION DE LA COMPETENCIA	UNIDAD DIDÁCTICA	Periodos Académicos (créditos y horas)												Créditos			Horas		
			I (c)	I (h)	II (c)	II (h)	III(c)	III (h)	IV (c)	IV (h)	V (c)	V (h)	VI (c)	VI (h)	Teóricos	Prácticos	Total	De teoría	Prácticas	Total
U.C. 1 Análisis del mercado en función de la propuesta de negocio	Competen específicas	Sociedad y Economía	2	48											1	1	2	16	32	48
		Fundamentos De Marketing	3	64											2	1	3	32	32	64
		Técnicas de Ventas	2	48											1	1	2	16	32	48
		Habilidades Lógico Matemáticas	2	48											1	1	2	16	32	48
		Principios de Administración	3	48											3	0	3	48	0	48
		Creatividad e Innovación Aplicadas al Marketing	2	48											1	1	2	16	32	48
		Investigación de Mercados			3	64									2	1	3	32	32	64
		Comportamiento del Consumidor			3	64									2	1	3	32	32	64
		Servicio al Cliente y Fidelización			2	48									1	1	2	16	32	48
		Matemáticas Aplicadas al Marketing			3	48									3	0	3	48	0	48
		Análisis del Entorno de los Negocios			2	48									1	1	2	16	32	48
	Taller de Generación de Ideas de Negocios			2	48									1	1	2	16	32	48	
	Competencias para la empleabilidad	Competencia para la empleabilidad N° 01: Expresar de manera clara conceptos, ideas, sentimientos, hechos y opiniones en forma oral y escrita para comunicarse e interactuar con otras personas en contextos sociales y laborales diversas.	Desarrollo Humano	2	48										1	1	2	16	32	48
		Aplicaciones de Office para los Negocios I		2	48										1	1	2	16	32	48
		Técnicas de Comunicación e Interpretación de Textos			2	48									1	1	2	16	32	48
		Aplicaciones de Office para los Negocios II			1	32									0	1	1	0	32	32
	Experiencia Formativa en Situación Real de Trabajo														4	4			128	128
	is específicas	Unidad de competencia N° 02: Ejecutar las estrategias del desarrollo del producto y/o	Marketing de Servicios				3	64							2	1	3	32	32	64
			Merchandising y Shopper Experience				3	64							2	1	3	32	32	64
Estrategias de Producto y Precio						3	64							2	1	3	32	32	64	
Estadística Aplicada al Marketing						2	48							1	1	2	16	32	48	
Finanzas Aplicadas al Marketing						2	48							1	1	2	16	32	48	
Marketing Social y Cultural						3	48							3	0	3	48	0	48	

U.C. 2 Ejecución de las estrategias de productos y/o servicios	Competencia	servicio, en función a los objetivos de la empresa y teniendo en cuenta normativa vigente.	Trade Marketing y Retail									2	48				1	1	2	16	32	48									
			Legislación en Marketing y Defensa del Consumidor											3	48				3	0	3	48	0	48							
			Marketing Digital											3	64				2	1	3	32	32	64							
			Costos en el Marketing											2	48				1	1	2	16	32	48							
			Dirección de Ventas											3	64				2	1	3	32	32	64							
			Organización, Administración y Marketing de Eventos											2	48				1	1	2	16	32	48							
	Competencias para la empleabilidad	<p><u>Competencia para la empleabilidad N° 03:</u> Desarrollar habilidades personales que le permitan fortalecer y vender su propia imagen, con el objetivo de tener una mejor proyección personal y laboral.</p> <p><u>Competencia para la empleabilidad N° 04:</u> Reforzar la identidad nacional a través del conocimiento de la historia, símbolos patrios y principales acontecimientos de la actualidad.</p> <p><u>Competencia para la empleabilidad N° 05:</u> Desarrollar habilidades que le permitan conducir equipos y tomar decisiones dentro de una organización o desde su propio proyecto empresarial, manejando adecuadamente los conflictos</p>	Inteligencia Emocional											1	32				0	1	1	0	32	32							
			Análisis de la Realidad Nacional e Internacional												1	32				0	1	1	0	32	32						
			Técnicas de Negociación y Juego de Negocios												1	32				0	1	1	0	32	32						
			Liderazgo Empresarial y Trabajo en Equipo												2	48				1	1	2	16	32	48						
	Experiencia Formativa en Situación Real de Trabajo																			4	4		128	128							
	U.C. 3 Gestión de estrategias de marketing en función de los objetivos empresariales	Competencias específicas	<p>Promoción, Publicidad, Relaciones Públicas</p> <p>Plan De Marketing Aplicado I</p> <p>Branding</p> <p>E-Commerce y Social Media</p> <p><u>Unidad de competencia N° 03:</u> 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.</p> <p>Lanzamiento de Productos</p> <p>Gestión de Stocks</p> <p>Dirección y Administración de Marketing</p> <p>Marketing Internacional</p> <p>Indicadores de Gestión del Marketing</p> <p>Marketing Industrial</p> <p>Plan de Marketing Aplicado II</p> <p>Gestión Estratégica</p>	Promoción, Publicidad, Relaciones Públicas																3	64			2	1	3	32	32	64		
Plan De Marketing Aplicado I																					3	64			2	1	3	32	32	64	
Branding																					2	48			1	1	2	16	32	48	
E-Commerce y Social Media																					2	48			1	1	2	16	32	48	
Lanzamiento de Productos																					2	48			1	1	2	16	32	48	
Gestión de Stocks																					3	48			3	0	3	48	0	48	
Dirección y Administración de Marketing																					2	48			1	1	2	16	32	48	
Marketing Internacional																					2	48			1	1	2	16	32	48	
Indicadores de Gestión del Marketing																					2	48			1	1	2	16	32	48	
Marketing Industrial																					2	48			1	1	2	16	32	48	
Plan de Marketing Aplicado II																			2	48			1	1	2	16	32	48			
Gestión Estratégica																			4	64			4	0	4	64	0	64			
Competencias para la empleabilidad		<p><u>Competencia para la empleabilidad N° 07:</u> Tomar decisiones certeras aún ante una situación de conflicto, dentro de una organización o desde su propio proyecto empresarial,</p> <p><u>Competencia para la empleabilidad N° 08:</u> Garantizar la conservación del medio ambiente a través del cuidado de los ecosistema</p> <p><u>Competencia para la empleabilidad N° 09:</u> Actuar de manera ética a nivel profesional y personal, de acuerdo a valores y principios morales</p> <p><u>Competencia para la empleabilidad N°10:</u> Desarrollar habilidades personales que le permitan fortalecer y vender su propia imagen, con el objetivo de tener una mejor proyección personal y laboral.</p>	Toma de Decisiones y Manejo de Conflictos																	1	32			0	1	1	0	32	32		
			Responsabilidad y Cuidado del Medio Ambiente																			2	48			1	1	2	16	32	48
			Ética Empresarial y Responsabilidad Social																		2	48			1	1	2	16	32	48	
			Estrategias de Empleabilidad																		2	48			1	1	2	16	32	48	
Experiencia Formativa en Situación Real de Trabajo																			4	4		128	128								

*Se considera el código de la carrera del CNOF, de ser el caso.

Pautas generales:

1. verificar que la redacción en los campos de: denominación del modulo, de la competencia específica, competencia para la empleabilidad, unidades didácticas sean las mismas que los formatos anteriores.
2. La distribución de las unidades didácticas por periodos académicos deben responder al desarrollo de un aprendizaje progresivo.
3. Un (1) crédito equivale a un mínimo de 16 horas de teoría o el doble de horas de práctica, de acuerdo a lo establecido en la Ley 30512.
4. Determinar el mínimo de créditos por componente curricular, de acuerdo a la normativa.
5. El total de créditos y horas no debe superar el numero máximo, de acuerdo a la normativa.