

**I. DATOS GENERALES DE LA ORGANIZACIÓN**

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	Compuestudio
ACTIVIDAD ECONOMICA	Educativa
DIRECCION	Carrera 45- N° 49-60

II. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO:	Director de Mercadeo
CARGO AL QUE REPORTA:	Gerente
CARGOS QUE COORDINA:	Auxiliares
TIPO DE CARGO:	Administrativo
ÁREA A LA QUE PERTENECE:	Gestión Administrativa
PROCESO:	Orientación al Cliente

III. MISION DEL CARGO

Generar estrategias de mercado a nivel de la ciudad que permitan el mantenimiento del flujo de estudiantes en los programas técnicos laborales y académicos de la institución, logrando de esta forma la sostenibilidad de la organización.

IV. RESPONSABILIDADES

Asegurar la matrícula de estudiantes pactada con la gerencia para los programas técnicos laborales y académicos.
Asegurar la recolección de bases de datos para las diferentes temporadas de matrícula.
Brindar información asertiva y veraz para asegurarle al cliente una excelente atención y respaldo de calidad.
Buscar la participación en convocatorias de empresas o los diferentes entes gubernamentales.
Coordinar la producción de grabaciones y demás comerciales pertinentes para la comercialización de los programas de la institución.
Cumplir con las metas propuestas según el plan de mercadeo presentado al inicio del año.
Desarrollar estrategias concernientes a las comunicaciones de la institución (plan de comunicaciones).
Dirigir el grupo de asesores y promotores comerciales de la institución según el plan de mercadeo proyectado.
Entregar informes sobre el plan de mercadeo ejecutado y sus resultados periódicamente, sobre inscripciones reales y estudiantes matriculados.
Establecer un cronograma de actividades semestral que incluya visitas a colegios, empresas, ferias y campañas publicitarias.
Gestionar convenios empresariales para promover capacitaciones.
Participar activamente en las diferentes ferias donde se puedan promocionar los programas técnicos laborales y académicos.
Presentar los diferentes eventos de la organización.
Proponer y revisar las campañas publicitarias de los servicios de la institución.

V. AUTONOMIA Y RELACIONES

Autonomía en el Cargo:	<ul style="list-style-type: none">* Acordar los planes de matrículas con clientes nuevos.* Programar salidas de campo.
Relaciones Internas:	<ul style="list-style-type: none">* Personal administrativo.* Estudiantes.* Padres de familia.



Relaciones Externas:	<ul style="list-style-type: none"> * Instituciones educativas. * Centros recreativos y culturales. * Empresas.
-----------------------------	---

VI. PERFIL DEL CARGO		
A. EDUCACION	REQUISITO	MEDIO VERIFICACIÓN
Grado de Instrucción:	Profesional o tecnólogo.	Certificación de las universidades.
Profesión:	Profesional en cualquier área.	Certificación de las universidades.
Idioma:	N/A	
B. EXPERIENCIA	REQUISITO	MEDIO VERIFICACIÓN
Dos (1) año de experiencia en mercadeo.	Presentar la certificación de las diferentes entidades donde ha laborado.	Certificación.
C. FORMACION	REQUISITO	MEDIO VERIFICACIÓN
Diplomados, congresos o cursos de actualización.	Relacionados con el cargo.	Certificación.
D. CARACTERISTICAS DE LA PERSONALIDAD	REQUISITO	MEDIO VERIFICACIÓN
Sociable. Reservado. Sensible. Realista. Estable emocionalmente. Responsable.	Presentar pruebas sicométricas o de simulación que certifique medianamente el rasgo de personalidad.	Prueba de personalidad.
E. DOCUMENTOS ANEXOS	REQUISITO	MEDIO VERIFICACIÓN
Todos aquellos que sean de norma por las autoridades competentes.	<ul style="list-style-type: none"> * Hoja de vida. * Copia cedula de ciudadanía. * Libreta militar * Certificado de títulos. * Certificado de la procuraduría. * Certificado de contraloría. * Certificado RNMC. * Certificado de policía. * Certificado de experiencia laboral. 	Copias de documentos.

VII. COMPETENCIAS REQUERIDAS PARA EL CARGO		
COMPETENCIA CORPORATIVA	DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA	NIVEL DE CUMPLIMIENTO
Compromiso Institucional	Es sentir como propios los objetivos de la organización. Apoyar e instrumentar decisiones comprometiéndose por completo con el logro de objetivos comunes. Prevenir y superar obstáculos que interfieran con el logro de los objetivos de la organización, controlar la puesta en marcha de	Superior



MANUAL DE RESPONSABILIDADES PERFILES Y CARGOS
DIRECTOR DE MERCADEO

FECHA: septiembre de 2021

VERSIÓN : 03

Página 3 de 3

	las acciones acordadas, cumplir con sus compromisos, tanto personales como profesionales.	
Desarrollo de Valores Institucionales e Individuales	Obrar en todo momento siendo consecuente con los valores, respetando las políticas de la institución; tanto en la vida profesional y laboral, como en la vida privada.	Superior
Excelencia Académica	Ayudar a que las personas crezcan intelectual y moralmente. Implica un esfuerzo constante por mejorar la formación y el desarrollo de los demás a partir de un apropiado análisis previo de sus necesidades y las de la institución educativa. No es simplemente permitir que los estudiantes obtengan beneficios sin un esfuerzo meritorio.	Superior
Orientación al Cliente	Demostrar sensibilidad hacia las necesidades o demandas del cliente (interno / externo) desde cualquier ámbito de la organización, siendo capaz de darle satisfacción a sus requerimientos.	Superior
Sentido de Pertenencia e Igualdad	Es la actitud permanente de dar a cada uno, lo que le corresponde en el entorno de los procesos educativos de la institución, en relación con los estudiantes y el manejo de estos, velando siempre por el cumplimiento de las políticas organizacionales. Implica pensar, sentir y obrar de este modo en todo momento en sintonía con la institución.	Superior
Trabajo en Equipo	Es la habilidad de movilizar los aspectos positivos y el entusiasmo de los miembros del equipo para alcanzar un objetivo común.	Superior
COMPETENCIAS FUNCIONALES	DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA	NIVEL DE CUMPLIMIENTO
Liderazgo	Habilidad para transferir a otro miembro del equipo de trabajo, actividades y responsabilidades de manera adecuada, suministrando la información necesaria para la toma de decisiones que conlleve al cumplimiento de los objetivos, haciendo seguimiento y acompañamiento.	Superior
Perseverancia	Es la predisposición a mantenerse firme y constante en la realización de acciones y emprendimientos de manera estable o continua hasta lograr el objetivo.	Superior
Planeación	Determinar eficazmente las metas y prioridades institucionales, identificando las acciones, los responsables, los plazos y los recursos requeridos para alcanzarlas.	Superior
Orden y calidad	Capacidad de ejecutar acciones y actividades, preocupándose por mantener su lugar de trabajo en forma pulcra, limpia y ordenada; utilizando herramientas para asegurar el cumplimiento de los proyectos y comprometer a todos los involucrados, con pautas de tiempo, responsabilidad y calidad del servicio.	Superior
Solución de Problemas	Capacidad para identificar, realizar, análisis, reconocer información significativa, buscar datos relevantes y diagnosticar posibles causas de una situación o problema.	Superior