

NIVEL	COMPONENTE	CODIGO	CREDITOS	DESCRIPCION DEL CURSO	TEMAS CUBIERTOS
TERCERO	ESTRATEGIA DEL PRODUCTO	MKT301	4	Esta asignatura tiene como finalidad principal que los estudiantes conozcan las diferentes estrategias para el diseño, manejo, estudio y desarrollo de productos. Se enfoca en los conceptos creativos para la evaluación de la introducción de nuevos productos, de acuerdo a las necesidades del mercado; las conveniencias para adaptar innovaciones y los respectivos factores de éxito; así mismo abarca el estudio de las estrategias de calidad como afluentes determinantes para el desarrollo y penetración de los productos en un mercado específico. Además, se abarcan los temas concernientes a la identificación del posicionamiento de un producto para el respectivo manejo de su marca en cuanto a la política de diversificación del portafolio de productos a lo largo del ciclo de vida de los mismos.	UNIDAD I Conceptos básicos de producto, clasificación UNIDAD II El Ciclo de Vida de los Productos UNIDAD III La Planificación del portafolio de productos UNIDAD IV Proceso de Desarrollo y Lanzamiento de nuevos Productos UNIDAD V La Construcción de valor de una Marca UNIDAD VI El Posicionamiento de los productos y las marcas UNIDAD VII Las Estrategias de Gestión de Productos
	INFORMATICA APLICADA	MKT300	4	Esta materia de carácter práctica aborda tópicos para el uso de programas de Diseño Gráfico que son aplicados en la Publicidad y en el Marketing, los que le permitan a su vez, crear y diseñar piezas graficas en su carrera profesional. También se abordan temas tales como, la composición grafica de elementos utilizando técnicas de ilustración aplicadas a imágenes. La aplicabilidad de estas destrezas el estudiante verá su aplicabilidad en la Edición de Publicaciones con contenido mercantilista; iniciándose en el mundo del e-commerce y del e-bussines. El estudiante estará en la capacidad de partir desde una idea innovadora, concluyendo al final con un proyecto integrador para un mejor aprendizaje.	1.- Formas Básicas de Composición. 2.- Diseño Publicitario. 3.- Edición de Imágenes con la herramienta Adobe 4.- Generación y Transformación de figuras con la ayuda del Adobe Illustrator CSS. 5.- Manejo del Editor de Publicaciones Microsoft Publisher 2007.
	MICROECONOMIA	FRC204	3	Esta materia es una parte de la economía que estudia el comportamiento de agentes individuales como son los consumidores, las empresas, los trabajadores, las inversiones y el mercado. Considera las decisiones que toma cada uno para cumplir ciertos objetivos propios. Los elementos básicos en los que se centra el análisis microeconómico son los bienes, los precios, los mercados y los agentes económicos. La gran mayoría de los modelos que se exponen en el presente artículo tienen como base la existencia de un marco económico y social de economía descentralizada, en el que existe propiedad privada.	1. CONCEPTOS BASICOS EN ECONOMIA. 2. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. 3. PROBABILIDAD Y VALOR ESPERADO. 4. FACTORES DE PRODUCCION 5. DEMANDAS DE FACTORES POR PARTE DE LAS EMPRESAS.
	RELACIONES PUBLICAS	MKT302	3	Ante un mercado cada vez más globalizado y competitivo, es fundamental para cualquier empresa disponer de una buena publicidad que permita dar a conocer sus productos o servicios y que estos se adapten al nuevo contexto en el que se mueven. Los consumidores cambian sus comportamientos, la competencia es cada vez mejor, se innova constantemente en producción, en comunicación, en relación con los clientes. Se hace fundamental para	UNIDAD I. Introducción a las Relaciones Humanas y públicas. UNIDAD II. Opinión Pública UNIDAD III. Los públicos UNIDAD IV. Funciones de las Relaciones Públicas

			cualquier organización contar con profesionales formados en el ámbito de la comunicación, que puedan gestionar adecuadamente los procesos comunicativos y evolucionar y adaptarse a estadinámica competitiva	UNIDAD V. Instrumentos de las Relaciones Públicas UNIDAD VI. Planificación de las Relaciones Públicas
CONTABILIDAD DE COSTOS	AUD323	4	Los estudiantes de Marketing, requieren conocimientos relacionados con la determinación de costos totales de los bienes producidos por las empresas industriales, agrícolas, pecuarias, de la construcción, entre otras; los mismos que se obtienen mediante la aplicación de procedimientos especiales de Contabilidad. Se tratarán los métodos adecuados para asignar los costos a los productos sobre bases de órdenes de trabajo y por procesos; preparación de informes de Producción dirigida primordialmente a la gerencia para controlar y planear sus actividades, aplicando las Normas Ecuatorianas de Contabilidad Generalmente Aceptadas (NEC)	1. INTRODUCCION A LOS COSTOS. 2. COSTOS POR ORDENES DE PRODUCCION. 3. COSTOS POR PROCESO. 4. RELACION DE COSTO-VOLUMEN-UTILIDAD.
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	MKT303	4	El estudio del comportamiento del consumidor resulta complejo a causa de la multitud de variables en cuestión y su tendencia a interactuar entre sí y a ejercer una influencia recíproca. Para hacer frente a esta complejidad se han diseñado modelos del comportamiento del consumidor. Los modelos sirven para organizar las ideas relativas a los consumidores en un todo congruente, al identificar las variables pertinentes, al descubrir sus características fundamentales y al especificarlas como las variables se relacionan entre sí. El comportamiento del consumidor ha sido objeto de reflexión desde hace bastantes años, no obstante, su metodología ha variado hacia una fundamentación más científica con el objeto de mejorar las decisiones de marketing de cara al proceso de comunicación con el mismo.	UNIDAD I. El marketing y el comportamiento del consumidor UNIDAD II. Factores externos e internos en la toma de decisiones de compra. UNIDAD III. Procesos de compras UNIDAD IV. El nuevo consumidor. Sus cambios e Intereses UNIDAD V. Herramientas para el estudio del mercado. UNIDAD VI. Estrategias para segmentar mercados.
INGLES III	CID301	3	Esta materia de carácter teórico-práctico concluye su formación en inglés en el desarrollo de sus cuatro habilidades, esto es, escribir, hablar, comprender de manera escrita y comprender de manera auditiva. La materia permitirá que el alumno sea capaz de comprender textos, hablar, escribir y entender lo que escucha en idioma inglés a un nivel medio básico. La materia ofrece a los estudiantes una herramienta más para abordar óptimamente los cursos de enseñanza superior, principalmente para la investigación, ya que la mayoría de los textos especializados se encuentran en el idioma Inglés. Abarca temas relacionados al uso de verbos auxiliares, presente simple, tiempo pasado, verbos modales, y forma futura.	UNIDAD I A wonderful world UNIDAD II Happine UNIDAD III Telling tales UNIDAD IV Theworld of work