

NIVEL	COMPONENTE	CODIGO	CREDITOS	DESCRIPCION DEL CURSO	TEMAS CUBIERTOS
	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	MKT401	4	Este curso teórico-práctica de la carrera de Ingeniería en Marketing, brinda una visión holística de los medios de comunicación, que son analizados como consecuencia de la evolución de las sociedades. Se trata de una materia orientada a gestionar y proyectar de manera integral los sistemas de comunicación de una empresa u organización, diagnosticar y planear estratégicamente la comunicación según los diferentes públicos y entornos. Con ello se analizan los procesos de comunicación utilizados en las empresas, sus objetivos y características con el objetivo de adaptarlos a las necesidades empresariales respectivas y ajustarlos a los cambios y transformaciones tecnológicas actuales. El estudiante conocerá la evolución del periodismo con el paso de los años y verificará el progreso y perfeccionamiento de los principales medios de comunicación, para que sea capaz de diseñar, gestionar y evaluar estrategias en diversos ámbitos. Tendrá, además, cabal conocimiento y reflexión crítica sobre el funcionamiento y desarrollo tanto de la prensa, radio, televisión y medios digitales. Uno de los objetivos de los medios es crear una audiencia potencialmente compradora y/o convencida del mensaje que la empresa u organización intenta posicionar en el mercado o en los destinatarios.	Unidad 01.- Introducción a la comunicación Unidad 02.- Los medios tradicionales de comunicación Unidad 03.- La era de los medios digitales Unidad 04.- El impacto de los medios en el destinatario Unidad 05.- Los procesos y estrategias de comunicación utilizados en las empresas públicas y privadas: comunicación interna y externa. Unidad 06.- Mediciones de audiencias e investigación de medios. Unidad 07.- Escenario competitivo del mercado y los medios de comunicación.
	MACROECONOMIA	ECN401	4	La macroeconomía es la parte de la economía encargada del estudio global en términos del monto total de bienes y servicios producidos en un país, el total de los ingresos, el nivel de empleo y el comportamiento general de los precios. La macro economía puede ser utilizada para analizar cuál es la mejor manera de influir en los objetivos políticos, como hacer crecer la economía, como estabilizar los precios y la obtención de una sustentable balanza de pago. Se enfoca en los fenómenos que afectan las variables indicadoras del nivel de vida de una sociedad. Esta materia como parte de la teoría económica se dirige a explicar el funcionamiento de la economía a través del estudio de los agregados que busca el equilibrio del sistema económico y permite identificar el entorno económico nacional e internacional	1. LA MACROECONOMIA 2. PRODUCTO INTERNO BRUTO 3. PIB, PNB Y OTRAS IDENTIDADES IMPORTANTES 4. PIB NOMINAL Y PIB REAL 5. PRACTICA DE APLICACIÓN DE CONCEPTOS Y CÁLCULO DEL PIB Y OTRAS IDENTIDADES. 6. CRECIMIENTO Y POLITICA ECONOMICA 7. LA CONVERGENCIA 8. LA TEORIA DEL CONSUMO Y DEL AHORRO BASADA EN LA RENTA DEL CICLO VITAL.
	DISEÑO PUBLICITARIO	MKT402	4	Esta asignatura permite aprender las claves para la composición gráfica en general. Se estudia la tipografía, su evolución y su relación con el mensaje. También se podrá ver la importancia que tiene el color para la publicidad, la fotografía, la ilustración y gráficos publicitarios, la identidad corporativa y el embalaje (packaging). Todo desde una perspectiva teórico-práctica, apoyada por un taller visual que se impartirá en los laboratorios respectivos, mediante la	1. Breve historia del arte y del diseño gráfico 2. Introducción al diseño publicitario 3. Arquitectura de página

CUARTO

DISEÑO PUBLICITARIO	MKT402	4	visualización de diapositivas y la participación del alumno. En esta materia es indispensable también hablar de comunicación gráfica: una retícula, una ilustración o una tipografía, no persiguen ofrecer al lector sólo un producto estéticamente atractivo, deben “comunicar”. El diseño publicitario es esencialmente funcional: se trata de combinar un conjunto de elementos en un espacio, para transmitir con eficacia un mensaje en un contexto adecuado.	<p>4. Tipografía en publicidad</p> <p>5. Color en publicidad</p> <p>6. Software de Diseño gráfico – Photoshop CS3-CS4</p>
ADMINISTRACION DEL TALENTO HUMANO	MKT403	3	La Administración de Recursos Humanos pretende que los estudiantes del cuarto semestre de marketing desarrollen habilidades que vinculan el cumplimiento de la asignatura del programa y el logro de sus objetivos. Conocerán el Sistema de Personal y la Gestión de Recursos Humanos. Desarrollará una amplia gama de habilidades directivas por medio de la utilización de instrumentos sobre gestión de personal, gestión del talento, por competencias y por resultados.	<p>UNIDAD I : ORIGEN Y DESARROLLO DE LA DISCIPLINA</p> <p>UNIDAD II: CÓMO SE REALIZA EL ANÁLISIS DE LOS PUESTOS</p> <p>UNIDAD III: QUÉ SON LAS PRUEBAS DE SELECCIÓN?</p> <p>UNIDAD IV: LOS CONTENIDOS DE LA SELECCIÓN</p>
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	ADM110	3	La asignatura Administración de Empresas se describe los fundamentos de la teoría y de la práctica del Proceso Administrativo en su perspectiva global y posteriormente su desglose en las diferentes funciones que lo componen. Algunas organizaciones como empresas constituidas y grandes corporaciones, tienen una estructura muy formal, otras, como una tienda de barrio, tienen una estructura menos formal, eso indica que las organizaciones, sean éstas formales o informales, están compuestas por grupos de personas que buscan beneficios en el trabajo en equipo con propósitos comunes.	<p>UNIDAD 1: INTRODUCCION AL PROCESO ADMINISTRATIVO</p> <p>UNIDAD 2: LA PLANIFICACION</p> <p>UNIDAD 3: LA ORGANIZACION</p> <p>UNIDAD 4: LA DIRECCION Y EL CONTROL</p>
LEGISLACION I	DER 413	3	El derecho es una ciencia que surge como una necesidad social y ello constituye uno de los medios para lograr el ordenamiento del hombre dentro de su convivir y su orientación sirve para lograr objetivos definidos en su relación humana. La carrera de Marketing mediante su sistema educativo prepara al hombre en las diferentes áreas de la Administración y paralelamente en el conocimiento de la ciencia, especialmente en la rama del derecho empresarial. El presente programa prevé contenidos que responden a las reales expectativas de formación profesional de la carrera, porque a través del estudio de esta materia estamos preparando a un ejecutivo con elementos teóricos, prácticos y científicos para que en sus relaciones cotidianas especialmente en las mercantiles, pueda coordinar, planificar y poner en acción su aspecto humanista y vestir el conocimiento adquirido a favor del desarrollo de sus empresas	<p>UNIDAD I DERECHOS EN LA CONSTITUCION</p> <p>UNIDAD II FUNCIONES DEL ESTADO</p> <p>UNIDAD IV PERSONAS</p> <p>UNIDAD V DERECHO EMPRESARIAL</p>
ESTADISTICA	MKT 404	4	Conceptualmente, la Estadística se encarga de estudiar el uso y análisis de una muestra representativa de datos, buscando explicar las relaciones y dependencias de un fenómeno físico o natural, de ocurrencia en forma aleatoria o condicional. Sin embargo, la estadística es más que eso, es decir, es la herramienta fundamental que permite llevar a cabo el proceso	<p>UNIDAD I: ESTADISTICA DESCRIPTIVA.</p>

	ESTADÍSTICA	MINUTOS	4	Además que eso, es decir, es la herramienta fundamental que permite llevar a cabo el proceso relacionado con la investigación científica. Su importancia radica en la transversalidad entre una amplia variedad de disciplinas y su finalidad es la de brindar soporte a la toma de decisiones en empresas o instituciones de carácter público o privado.	UNIDAD II: MANEJO SPSS BASICO.
--	-------------	---------	---	---	--------------------------------