

NIVEL	COMPONENTE	CODIGO	CREDITOS	DESCRIPCION DEL CURSO	TEMAS CUBIERTOS
	MEDIOS NO TRADICIONALES	MKT501	3	Esta asignatura permitirá al estudiante de Marketing, conocer y aplicar los elementos del lenguaje publicitario, mediante la aplicación correcta de las técnicas de estructuración de un mensaje publicitario. El complemento de un buen “copy” o guión publicitario es el adecuado uso de las imágenes, por lo tanto emplear imágenes utilizando sus diferentes significados junto con textos organizados de manera tal que el lenguaje publicitario cumpla con los requisitos comunicacionales de motivación y persuasión, se convierte en el enfoque básico que ésta materia aporta al futuro profesional en publicidad. Es importante resaltar el uso de las técnicas de creatividad para producir textos publicitarios para los diferentes medios de comunicación; los mismos que por su naturaleza requieren de precisiones específicas para lograr resultados más eficientes de acuerdo al público objetivo al que se dirigen los mensajes.	UNIDAD I: La Comunicación Publicitaria Alternativa UNIDAD II: La Estrategia BTL UNIDAD III: El Plan de Campaña BTL UNIDAD IV: Operación y Ejecución del BTL UNIDAD V: Evaluación de Resultados de Campaña
	NEGOCIOS INTERNACIONALES	MKT502	4	Durante el desarrollo del curso, los estudiantes tendrán la oportunidad de descubrir por su propia experiencia la base teórica que les permita analizar la importancia de los negocios internacionales para el desarrollo de una empresa y del país y al crecimiento la balanza comercial, de las importaciones, exportaciones. Adicionalmente y a través de los trabajos individuales y grupales, los estudiantes podrán desarrollar y o perfeccionar sus criterios que les permitan aplicar los fundamentos de los negocios internacionales en su vida profesional	UNIDAD I.- GENERALIDADES DEL LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES UNIDAD 2.- INTERCAMBIO COMERCIAL UNIDAD 3.- POLÍTICAS COMERCIALES Y COTIZACIONES INTERNACIONALES UNIDAD 4.- MERCADOS FINANCIEROS UNIDAD 5 – ESTRATEGIA Y ADMINISTRACION DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES
	REDACCION PUBLICITARIA	MKT502	3	Esta asignatura permitirá al estudiante de Marketing, conocer y aplicar los elementos del lenguaje publicitario, mediante la aplicación correcta de las técnicas de estructuración de un mensaje publicitario. El complemento de un buen “copy” o guión publicitario es el adecuado uso de las imágenes, por lo tanto emplear imágenes utilizando sus diferentes significados junto con textos organizados de manera tal que el lenguaje publicitario cumpla con los requisitos comunicacionales de motivación y persuasión, se convierte en el enfoque básico que ésta materia aporta al futuro profesional en publicidad. Es importante resaltar el uso de las técnicas de creatividad para producir textos publicitarios para los diferentes medios de comunicación; los mismos que por su naturaleza requieren de precisiones específicas para lograr resultados más eficientes de acuerdo al público objetivo al que se dirigen los mensajes.	UNIDAD I: El Redactor Publicitario UNIDAD II: El Concepto y la Idea UNIDAD III: Redacción para Medios de Comunicación UNIDAD IV: La Campaña Integral UNIDADV: Kit de Herramientas
				La logística y distribución determina y coordina en forma óptima el producto correcto, el cliente correcto, el lugar correcto y el tiempo correcto. Si asumimos que el rol del mercadeo es estimular la demanda. el rol de la logística v distribución será precisamente satisfacerla.	UNIDAD I: NATURALEZA DE LA DISTRIBUCIÓN.

QUINTO	LOGISTICA Y DISTRIBUCION	MKT504	4	<p>...continuar la demanda, en función de la logística y distribución para posteriormente...</p> <p>Solamente a través de un detallado análisis de la demanda en términos de nivel, locación y tiempo, es posible determinar el punto de partida para el logro del resultado final de la actividad logística, atender dicha demanda en términos de costos y efectividad. La logística y distribución no es por lo tanto una actividad funcional sino un modelo, un marco referencial; no es una función operacional, sino un mecanismo de planificación; es una manera de pensar que permitirá incluso reducir la incertidumbre en un futuro desconocido.</p>	UNIDAD II: LOGISTICA Y SUMINISTRO. UNIDAD III: EL SISTEMA COMERCIAL.
	TECNICAS DE INVESTIGACION DE MERCADO	MKT505	4	<p>La investigación de antecedentes es la que ocurre a los denominados datos secundarios que consisten en informaciones y estadísticas que existen en algún sitio (cámaras, empresas, bases de datos, etc.) y que pueden ser utilizadas para tomar conocimiento del fenómeno comercial en cuestión.</p> <p>Aunque su costo es reducido, la información que es posible obtener por esta vía es muy general y sirve solo como una primera aproximación al tema. De todos modos, es importante que el investigador cuide que la misma resulte confiable, actualizada y pertinente a los fines perseguidos</p>	UNIDAD I: FUNCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIDAD II: EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN UNIDAD III: DEFINICION DEL PROBLEMA Y DE LOS OBJETIVOS UNIDAD IV: ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN ESTRATEGICA UNIDAD V: V: ADMINISTRACION DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES UNIDAD VI: ELABORACIÓN DE UNA BASE DE DATOS UNIDAD VII: : SISTEMAS DE APOYO A LAS DECISIONES DE MARKETING UNIDAD VIII: : DISEÑOS EXPLORATORIOS Y DESCRIPTIVOS UNIDAD IX: TECNICAS DE OBSERVACIÓN Y MERCADOS DE PRUEBA
	LEGISLACION II	DER817	3	<p>La Legislación II – El estudio de las relaciones laborales, permitirá a los estudiantes de Marketing proporcionarle un conjunto de normas y procedimientos relacionados con los derechos laborales de las personas naturales y jurídicas, con las distintas transacciones que realizan diariamente en la ejecución de obligaciones y demás actos de su profesión.</p>	UNIDAD 01: Disposiciones Fundamentales Y Contrato Individual De Trabajo UNIDAD 02: Obligaciones Y Prohibiciones Del Empleador Y Del Trabajador UNIDAD 03: Derechos Del Trabajador UNIDAD 04: Las Obligaciones Tributarias
	MATEMATICA FINANCIERA	MKT506	1	<p>Los estudiantes de la carrera de Marketing, requieren de un conocimiento en el área de las finanzas con el objetivo de comprender el valor de las inversiones con el paso del tiempo. Requieren visualizar y analizar problemas financieros como tanto por ciento, cálculo de tasas de interés simple y compuesto, evaluar el costo presente de una deuda, así como los</p>	UNIDAD 1: CONCEPTOS BASICOS UNIDAD 2: INTERES SIMPLE

	MATEMÁTICA FINANCIERA	MINI 500	4	<p>de interés simple y compuesto, evaluar el costo presente de una deuda, así como los descuentos, la negociación de documentos comerciales, con la visión de que el futuro profesional sea capaz de tomar decisiones en las áreas administrativas, financieras, productivas y humanas.</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="1673 140 2105 212">UNIDAD 3: INTERES COMPUESTO</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1673 212 2105 282">UNIDAD 4: ANUALIDADES SIMPLES</td> </tr> </table>	UNIDAD 3: INTERES COMPUESTO	UNIDAD 4: ANUALIDADES SIMPLES
UNIDAD 3: INTERES COMPUESTO							
UNIDAD 4: ANUALIDADES SIMPLES							