

NIVEL	COMPONENTE	CODIGO	CREDITOS	DESCRIPCION DEL CURSO	TEMAS CUBIERTOS
	MARKETING INDUSTRIAL	MKT701	3	El Marketing Industrial es un área del marketing dedicado a estudiar, analizar y establecer estrategias para logra relaciones duraderas y consistentes entre una empresa que provee bienes y/o servicios a otra empresa ya sea comercial, industrial, de servicios, gubernamental o cualquier tipo de organización que demanda bienes/servicios con la finalidad de insertarlos en sus procesos productivos o de apoyo. El denominado bussines to bussines (B2B), es en esencia el un marketing diseñado para captar compradores organizacionales expertos, por lo que se debe manejar con mucha profesionalidad. Esto permite determinar la importancia que tiene este componente educativo en la formación profesional de los estudiantes de la carrera de Marketing.	<p>Unidad 01.- Introducción al Marketing Industrial.</p> <p>Unidad 02.- Comportamiento del comprador industrial.</p> <p>Unidad 03.- Estrategias de Marketing aplicadas a negocios industriales.</p>
	ADMINISTRACION DE VENTAS	MKT702	4	La Administración de Ventas se ha convertido en una verdadera herramienta para el medio en que nos desenvolvemos, factor que obliga a que este sea estudiado profundamente y concebido a través de las técnicas modernas existentes. Esta asignatura tiene como finalidad lograr que el estudiante se oriente en la formación de una sólida base en ventas, constituyéndose en un actor clave en la gestión de comercialización de las empresas, a través del conocimiento de las necesidades de sus clientes y la administración general. Su orientación al cliente lo hace capaz de agregar valor al proceso de venta, entregando un mejor servicio. Cuentan con las herramientas necesarias para la planificación de ventas y la fidelización de clientes.	<p>UNIDAD I: Aspectos básicos de la administración de ventas</p> <p>UNIDAD II: Funcionalidad de la Administración de ventas</p> <p>UNIDAD III: Implementación del programa de ventas</p> <p>UNIDAD IV: Evaluación y control del programa de ventas</p>
	MARKETING DIGITAL Y SOCIAL	MKT703	3	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 del Marketing Digital y Social en la organización y comprender la terminología empleada dentro de las actividades del marketing el alumno también tendrá conocimientos Marketing Digital y Social que apliquen en el ejercicio de su vida profesional como Ing. Marketing que podría desempeñarse, como una de las principales actividades en el campo laboral de su especialización. Este curso está diseñado con un 80% de teoría que será impartida a través de charlas y conferencias y un 20% de ejercicios de aplicación, elegidos convenientemente para ir complementando el conocimiento con el uso de técnicas y herramientas nuevas y que han sido tratadas en cursos anteriores. Adicionalmente, los estudiantes deberán desarrollar un trabajo de investigación sobre los factores que llevan a triunfar en los mercados internacionales	<p>UNIDAD 01: EL MARKETING EN LA ERA DIGITAL</p> <p>UNIDAD 02: MODALIDADES PRINCIPALES DEL COMERCIO ELECTRONICO</p> <p>UNIDAD 03: DESARROLLO DEL COMERCIO ELECTRONICO</p> <p>UNIDAD 04: EL MARKETING EN LA SOCIEDAD Y SU RESPONSABILIDAD SOCIALY ETICA DEL MARKETING</p>
				La materia Gerencia de producto brinda la oportunidad de conocer y aplicar el debido proceso para desarrollar un nuevo producto ya sea un bien o un servicio y el manejo de este a lo largo	<p>UNIDAD I: La estrategia en la gerencia de productos</p> <p>CAPÍTULO II: Producto, líneas de productos, marcas y envases</p>

SEPTIMO	GERENCIA DE PRODUCTO	MKT704	4	para desarrollar un nuevo producto ya sea un bien o un servicio y el manejo de este a lo largo de su ciclo de vida, además de gestionar las líneas, marcas y envases, para su posterior introducción al mercado y desarrollo en el mismo. El objetivo de la asignatura es que los alumnos adquieran sólidos conocimientos para el manejo del PRODUCTO dentro de una organización, y desarrollen una mentalidad comercial, ambos necesarios para el buen desempeño profesional de un Ingeniero en Marketing.	CAPÍTULO III: La gestión del producto a lo largo de su ciclo de vida CAPÍTULO VI: Desarrollo, test y lanzamiento de nuevos productos y servicios CAPÍTULO V: Empresas de servicios y servicios auxiliares
	PRESUPUESTO DE MARKETING	MKT705	4	Esta materia pretende presentar los fundamentos conceptuales y las técnicas básicas para el análisis y uso de la información útil a la gerencia de marketing para la toma de decisiones. La gerencia de los costos representa una de las actividades más importantes en la vida de un proyecto de Marketing, y, a la vez, una de las más difíciles de realizar. Teniendo en cuenta que el presupuesto va cambiando a medida que va evolucionando el proyecto y se van conociendo con mayor exactitud los costos de los ítem más representativos, es importante acompañar los estudios de esta área del conocimiento, de las consideraciones y aclaraciones adoptadas para la realización y desarrollo de la misma	UNIDAD 01: Planificación y presupuestación financiera UNIDAD 02: Relación de costos, volumen y utilidades UNIDAD 03: Aplicaciones fundamentales de los costos UNIDAD 04: Costos para la planeación y control UNIDAD 05: Análisis financiero y presupuesto de capital UNIDAD 07: Estudios complementarios UNIDAD 08: Presupuesto y decisiones del Marketing
	ETICA PROFESIONAL	DER817	3	La asignatura de Ética Profesional, propone un trabajo teórico y práctico, al plantear una reflexión que parte del ser humano como sujeto ético y moral y lo sitúa en el ambiente laboral sobre las normas y conductas reconocidas socialmente y que han de caracterizar el desempeño profesional. Como parte de la formación integral que ofrece la universidad, la Ética Profesional facilita el reconocimiento del capital humano como pilar del desarrollo personal y social. La ética se construye desde la necesidad social de elaborar un proyecto social de convivencia justa que permita la consolidación de los lazos de relación social manifiestos en la solidaridad y confianza social.	UNIDAD 01: Introducción a la ética profesional UNIDAD 02: Valores de la ética en general y profesional UNIDAD 03: Ética y moral.- actos humanos UNIDAD 04: Relación de la ética e influencia con otras ciencias.
	EMPRENDIMIENTO E	ADM806	4	Esta materia teórico-práctica brinda una visión integral de las tendencias actuales en comunicación visual. Se trata de una materia orientada a analizar la prevalencia de la imagen en la actualidad y la reorientación que los medios han tenido respecto a esta tendencia. El estudiante conocerá las maneras cómo en la actualidad se busca seducir y capturar la atención de los destinatarios del mensaje comunicacional con imágenes sugerentes. De esta manera los estudiantes estarán en capacidad de reflexionar, cuestionar y analizar lo que especialistas denominan como "cultura e imperio visual" pues también se hará énfasis en el trabajo de	UNIDAD 01: FACTORES CLAVES DEL ÉXITO EMPRENDEDOR UNIDAD 02: PLAN DE NEGOCIOS

	INNOVACION TECNOLOGICA	ADMISION	4	<p>denominan como "cultura e imperio visual", pues también se hará énfasis en el trabajo de consultoras internacionales y su experiencia en el diseño y rediseño de periódicos y revistas. En este nivel de criticidad, la materia busca que se reconozca el impacto que tienen las imágenes y cuál es su real alcance y determinar cuánto están cambiando y modificando las formas de relacionarnos y cómo han ido mediatizando la mayoría de nuestras relaciones sociales, generando nuevas destrezas y distintas formas de conocer, diferentes a las que estábamos acostumbrados.</p>	UNIDAD 03: MARKETING EFECTIVO PARA EMPRENDEDORES
					UNIDAD 04: ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA EMPRENDEDORES Y ADMINISTRACIÓN