

## **CARRERA: INGENIERÍA EN MARKETING Y PUBLICIDAD**

### **1. INFORMACIÓN GENERAL**

- 1.1. NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN:** Universidad Técnica “Luis Vargas Torres” de Esmeraldas
- 1.2. NOMBRE DE LA FACULTAD:** Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.
- 1.3. NOMBRE DE LA CARRERA:** Ingeniería en Marketing y Publicidad
- 1.4. DENOMINACIÓN DEL TÍTULO:** Ingeniero (a) en Marketing y Publicidad
- 1.5. NÚMERO Y FECHA DE LA RESOLUCIÓN DE APROBACIÓN DEL CONSEJO UNIVERSITARIO:** Resolución N° 6 11 de Octubre 1999
- 1.6. LUGAR DE FUNCIONAMIENTO DE LA CARRERA:** Esmeraldas

### **2. INFORMACIÓN CURRICULAR.**

- 2.1. MODALIDAD DE ESTUDIOS:** Presencial
- 2.2. TIEMPO DE DURACIÓN DE LA CARRERA:** 9 niveles semestrales
- 2.3. NUMERO DE CRÉDITOS DE LA CARRERA:** 245 créditos
- 2.4. REQUISITOS DE GRADUACIÓN:** malla curricular, prácticas empresariales finales, tesis o proyectos alternativos de graduación.
- 2.5. OBJETIVOS DE LA CARRERA:**

#### **GENERAL:**

- Formar profesionales de calidad capaces de responder a los cambios continuos e imprescindibles del mercado local, regional, nacional, y su contexto y a las necesidades de comercialización de las organizaciones, atendiendo aspectos de responsabilidad ambiental y de compromiso social.

#### **ESPECÍFICOS:**

- Formación integral, visionaria, y creativa de profesionales con un alto sentido de competitividad y liderazgo, generadores de alternativas de solución a las demandas de los diferentes sectores productivos locales, nacionales e internacionales.
- Ofertar al mercado, profesionales investigadores, especializados, capacitados para obtener información y diseñar estrategias que aporten al diseño de la producción, venta y distribución de bienes, servicios y productos publicitarios, optimizando el uso de recursos con actitudes de responsabilidad, disciplina, sentido de orden y honestidad.
- Potenciar en el estudiante sus capacidades estratégicas, conceptuales, técnicas y humanísticas, con un enfoque global de las situaciones locales, demostrando creatividad, habilidad en las soluciones, e incentivando la utilización de técnicas y herramientas.
- Poner a disposición de los estudiantes el elemento humano y los recursos económicos, materiales, tecnológicos, etc. que contribuyan a su formación proactiva, propositiva, innovadora, emprendedora; promoviendo el trabajo en equipo y la generación de proyectos orientados al desarrollo colectivo.

### **2.6. PERFILES**

**DE ENTRADA:** Bachiller en Ciencias, Técnicos en Administración y en Comercio Exterior, Bachilleres Internacionales.

Con las siguientes competencias:

- Capacidad en lectura comprensiva
- Práctica de valores éticos
- Capacidad de razonamiento, reflexión y crítico
- Manejo de un buen nivel de idioma extranjero
- Habilidad en el manejo de TICs

- Habilidad en la comunicación oral y escrita

### 2.6.1. PROFESIONAL:

- El Ingeniero (a) en Marketing y Publicidad tendrá conocimientos teóricos, metodológicos que le permitirán actuar como profesional de excelencia, en los diferentes sectores productivos y de servicios privado, estatal, regional e internacional; desempeñando actividades en el ámbito publicitario y promoción de ventas, investigación de mercados, administración de ventas, etc., considerando valores éticos en la búsqueda del desarrollo económico de las organizaciones.
- El Ingeniero en Marketing de la UTE LVT es un profesional con capacidad para desarrollar proyectos en base al conocimiento de las últimas tendencias y las variables que influyen en el mercado, con especial atención en los elementos básicos del Marketing: producto, precio, plaza y promoción, dirigidas a satisfacer las necesidades del consumidor, mediante la utilización de técnicas modernas.
- El profesional en Marketing y publicidad podrá desempeñar funciones con ética y responsabilidad en los diferentes niveles empresariales, ejerciendo cargos de gerencia de marketing, gerencia de productos, etc. actuando con solvencia en todas las actividades relacionadas con su carrera con ética y conciencia social, involucrado en el desarrollo colectivo.
- Capacidad de emprendimiento de proyectos relacionados con la administración Pública, observando valores éticos y morales en beneficio de la sociedad.
- Capacidad autonómica de trabajo, de trabajo grupal observando normas de convivencia social, empatía, calidad y calidez.
- Habilidad en el manejo de idiomas e interrelación personal.

### DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE CRÉDITOS POR ÁREA

(\*): Incluye el sistema de titulación

ÁREA ACADÉMICA	CRÉDITOS POR ÁREA	PORCENTAJE %
BÁSICA	59	24%
HUMANÍSTICA	21	9%
PROFESIONALIZACIÓN	149	60% *
OPTATIVAS	16	7%
<b>TOTAL</b>	<b>245</b>	<b>100%</b>

## MALLA CURRICULAR

### PRIMER NIVEL

CÓDIGO	ASIGNATURA	HORAS PRESENC.	HORAS AUTÓNOM.	CRÉDITOS	PRERREQUISITO
1.3.53.3.1.1	Fundamentos de Marketing	80	80	5	Preuniversitario
1.3.53.2.1.3	Principios de Economía	32	32	2	Preuniversitario
1.3.53.2.1.1	Contabilidad General	48	48	3	Preuniversitario
1.3.12.2.1.2	Matemática I	48	48	3	Preuniversitario
1.3.56.1.1.2	Introducción al Derecho	32	32	2	Preuniversitario
1.3.63.1.1.3	Metodología de la Investigación Científ.	48	48	3	Preuniversitario
1.3.72.1.1.4	Principios Filosóficos	32	32	2	Preuniversitario
1.3.24.1.1.1	Educación Física I	32	32	2	Preuniversitario
				<b>22</b>	

### SEGUNDO NIVEL

CÓDIGO	ASIGNATURA	HORAS PRESENC.	HORAS AUTÓNOM.	CRÉDITOS	PRERREQUISITO
1.3.53.3.2.2	Política de Productos	80	80	5	1.3.53.3.1.1
1.3.53.2.2.3	Microeconomía	32	32	2	1.3.53.2.1.3
1.3.53.3.2.1	Costos	48	48	3	1.3.53.2.1.1
1.3.12.2.2.1	Matemática II	48	48	3	1.3.12.2.1.2
1.3.56.2.2.3	Legislación Mercantil y de Compañías	32	32	2	1.3.56.1.1.2
1.3.63.1.2.1	Técnicas de Investigación Científica	32	32	2	1.3.63.1.1.3
1.3.53.2.2.2	Fundamentos de Administración	48	48	3	Matricula
1.3.24.1.2.1	Educación Física II	32	32	2	1.3.24.1.1.1
				<b>22</b>	

### TERCER NIVEL

CÓDIGO	ASIGNATURA	HORAS PRESENC.	HORAS AUTÓNOM.	CRÉDITOS	PRERREQUISITO
1.3.53.3.3.1	Política de Precios	80	80	5	1.3.53.3.2.2
1.3.53.2.3.5	Macroeconomía	32	32	2	1.3.53.2.2.3
1.3.12.2.3.1	Matemática III	48	48	3	1.3.12.2.2.1
1.3.53.3.3.2	Teoría de la Publicidad	48	48	3	1.3.53.3.3.1
1.3.53.2.3.6	Proceso Administrativo	48	48	3	1.3.53.2.2.2
1.3.56.2.3.4	Legislación Laboral y Social	32	32	2	1.3.56.2.2.3
1.3.71.2.3.3	Ética Profesional y Pública	32	32	2	Matricula
1.3.12.2.3.2	Ofimática I	48	48	3	Matricula
				<b>23</b>	

### CUARTO NIVEL

CÓDIGO	ASIGNATURA	HORAS PRESENC.	HORAS AUTÓNOM.	CRÉDITOS	PRERREQUISITO
1.3.53.3.4.1	Distribución y Logística	80	80	5	1.3.53.3.3.1
1.3.53.2.4.1	Teoría Monetaria y Bancaria	32	32	2	1.3.53.2.3.5
1.3.56.3.4.1	Legislación y Práctica Tributaria	32	32	2	1.3.56.2.3.4
1.3.59.3.4.1	Medios de Comunicación Publicitaria	48	48	3	1.3.53.3.3.2

1.3.12.2.4.2	Estadística Descriptiva	64	64	4	1.3.12.2.3.1
1.3.61.2.4.1	Técnicas de negociación	64	64	4	1.3.53.2.3.6
1.3.12.2.4.1	Ofimática II	48	48	3	1.3.12.2.3.2
				<b>23</b>	

#### QUINTO NIVEL

CÓDIGO	ASIGNATURA	HORAS PRESENC.	HORAS AUTÓNOM.	CRÉDITOS	PRERREQUISITO
1.3.53.3.5.2	Investigación Comercial	80	80	5	1.3.63.1.2.1
1.3.53.2.5.3	Matemática Financiera	48	48	3	1.3.12.2.3.1
1.3.12.2.5.1	Estadística Inferencial	48	48	3	1.3.12.2.4.2
1.3.62.3.5.1	Diseño Gráfico I	80	80	5	1.3.12.2.4.2
1.3.59.3.5.3	Planificación de Medios	64	64	4	1.3.59.3.4.1
1.3.57.2.5.2	Inglés Básico I	48	48	3	Matricula
				<b>23</b>	

#### SEXTO NIVEL

CÓDIGO	ASIGNATURA	HORAS PRESENC.	HORAS AUTÓNOM.	CRÉDITOS	PRERREQUISITO
1.3.61.3.6.1	Comportamiento del Consumidor	64	64	4	1.3.53.3.5.2
1.3.53.2.6.2	Análisis Financiero	48	48	3	1.3.53.2.5.3
1.3.53.2.6.4	Investigación Operativa	48	48	3	1.3.12.2.5.1
1.3.62.3.6.3	Diseño Gráfico II	64	64	4	1.3.62.3.5.1
1.3.61.3.6.2	Creatividad (Estrategias Publicitarias)	64	64	4	1.3.59.3.5.3
1.3.53.2.6.1	Administración de Recursos Humanos	32	32	2	1.3.53.2.3.6
1.3.57.2.6.3	Inglés Básico II	48	48	3	1.3.57.2.5.2
	OPTATIVA			4	
				<b>27</b>	

#### SÉPTIMO NIVEL

CÓDIGO	ASIGNATURA	HORAS PRESENC.	HORAS AUTÓNOM.	CRÉDITOS	PRERREQUISITO
1.3.61.3.7.4	Marketing de Servicios	48	48	3	1.3.61.3.6.1
1.3.53.2.7.2	Finanzas Corporativas	48	48	3	1.3.53.2.6.2
1.3.53.2.7.1	Administración Financiera	48	48	3	1.3.53.2.6.2
1.3.53.3.7.5	Planificación de Ventas	48	48	3	1.3.59.3.5.3
1.3.53.3.7.2	Gestión y Evaluación de Proyectos	64	64	4	1.3.63.1.2.1
1.3.61.3.7.3	Marketing Directo	64	64	4	1.3.62.3.6.3
1.3.57.3.7.1	Inglés Técnico I	64	64	4	1.3.57.2.6.3
	OPTATIVA	64	64	4	
				<b>28</b>	

#### OCTAVO NIVEL

CÓDIGO	ASIGNATURA	HORAS PRESENC.	HORAS AUTÓNOM.	CRÉDITOS	PRERREQUISITO
1.3.61.3.8.5	Marketing Internacional	64	64	4	1.3.61.3.7.3
1.3.53.3.8.2	Emprendimiento	48	48	3	1.3.53.3.7.2

1.3.61.3.8.1	Campaña Publicitaria	64	64	4	1.3.61.3.6.2
1.3.61.2.8.1	Liderazgo Directivo	32	32	2	1.3.53.2.6.1
1.3.61.3.8.6	Relaciones Públicas(Comunicación Corporativa)	48	48	3	1.3.61.3.7.1
1.3.63.3.8.3	Gestión de Tesis	64	64	4	1.3.63.1.2.1
1.3.57.3.8.4	Inglés Técnico II	64	64	4	1.3.57.3.7.2
	OPTATIVA	64	64	4	
				<b>28</b>	

<b>NOVENO NIVEL</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>ASIGNATURA</b>	<b>HORAS PRESENC.</b>	<b>HORAS .AUTÓNOM.</b>	<b>CRÉDITOS</b>	<b>PRERREQUISITO</b>
1.3.53.3.9.1	Auditoria de Marketing	80	80	5	1.3.53.3.8.2
1.3.56.3.8.4	Legislación Publicitaria y Comercial	48	48	3	1.3.56.3.4.1
1.3.53.3.9.5	Plan Estratégico de Marketing	64	64	4	1.3.53.3.7.5
1.3.61.3.9.3	Estrategias de Comunicación Integradas	64	64	4	1.3.61.3.8.5
1.3.61.3.9.2	Casos Prácticos de Marketing	64	64	4	1.3.61.3.8.5
1.3.12.3.9.6	Sistemas Informáticos de Marketing	80	80	5	1.3.12.2.4.1
	OPTATIVA	64	64	4	
				<b>29</b>	
				<b>225</b>	

<b>DÉCIMO NIVEL</b>					
		<b>HORAS PRESENC.</b>	<b>HORAS AUTÓNOM.</b>	<b>CRÉDITOS</b>	<b>PRERREQUISITO</b>
	SISTEMA DE TITULACIÓN	320	320	20	Egreso
	<b>TOTAL</b>			<b>20</b>	
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>245</b>	
	<b>TOTAL CRÉDITOS</b>			<b>245</b>	