



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
ORGANIZACIÓN CURRICULAR PROPUESTA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

UNIDADES DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR	PERIODOS ACADÉMICOS	CAMPO DE FORMACIÓN										DISTRIBUCIÓN DE HORAS POR SEMESTRE							
		FUNDAMENTOS TEÓRICOS		TEÓRICO-METODOLÓGICO		PRÁCTICA PREPROFESIONAL		EPISTEMOLOGÍA Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN		INTEGRACIÓN DE CONTEXTOS SABERES Y CULTURA		COMUNICACIÓN Y LENGUAJES		n. de asignaturas	CD	CP	A/L	Total	
		Asig.	TOT.	Asig.	TOT.	Asig.	TOT.	Asig.	TOT.	Asig.	TOT.	Asig.	TOT.						
UNIDAD DE FORMACIÓN BÁSICA	1 ER SEMESTRE	Asig. FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN	TOT. 120	Asig. FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA	TOT. 160	Asig. FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA (PPP)	TOT. 40	Asig. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL	TOT. 120	Asig. FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA	TOT. 120	Asig. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN	TOT. 120						
		CD: 48	CP: 24	AA: 48	CD: 64	CP: 32	AA: 64	CD:	CP:	AA:	CD: 80	CP: 24	AA: 40	CD: 48	CP: 24	AA: 48			
		PREREQ:	INGLÉS I	PREREQ:	INGLÉS I				PREREQ:	INGLÉS I	PREREQ:	INGLÉS I	PREREQ:	INGLÉS I					
		Asig. MATEMÁTICA APLICADA	TOT. 120																
		CD: 48	CP: 24	AA: 48															
		PREREQ:	INGLÉS I																
CATEGORÍA INTEGRADORA: FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA																			
PROYECTO DE INTEGRACIÓN DE SABERES: INVESTIGACIÓN DEL MIX DE LA MERCADOTECNIA																			
UNIDAD DE FORMACIÓN BÁSICA	2 DO SEMESTRE	Asig. TEORÍA DEL DISEÑO GRÁFICO	TOT. 120	Asig. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	TOT. 160	Asig. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR (PPP)	TOT. 40	Asig. ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA	TOT. 160	Asig. LEGISLACIÓN Y LEYES LABORALES I	TOT. 120	Asig. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN	TOT. 80						
		CD: 48	CP: 24	AA: 48	CD: 64	CP: 32	AA: 64	CD:	CP: 64	AA: 64	CD: 48	CP: 24	AA: 48	CD: 32	CP: 16	AA: 32			
		PREREQ:	FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA	PREREQ:	FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA				PREREQ:	MATEMÁTICA APLICADA	PREREQ:	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN	PREREQ:	TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN					
		Asig. MICROECONOMÍA	TOT. 120																
		CD: 48	CP: 24	AA: 48															
		PREREQ:	FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA																
CATEGORÍA INTEGRADORA: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR																			
PROYECTO DE INTEGRACIÓN DE SABERES: INVESTIGACIÓN CONTROL INTERNO DE LA PUBLICIDAD Y SU IMPACTO EN EL GRUPO OBJETIVO (APLICADO A EMPRESAS - ESCENARIO SIMULADO)																			
UNIDAD DE FORMACIÓN BÁSICA	3 ER SEMESTRE	Asig. MATEMÁTICA FINANCIERA	TOT. 120	Asig. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	TOT. 160	Asig. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (PPP)	TOT. 40	Asig. ESTADÍSTICA INFERENCIAL	TOT. 120	Asig. LEGISLACIÓN Y LEYES LABORALES II	TOT. 120	Asig. RELACIONES PÚBLICAS	TOT. 80						
		CD: 48	CP: 24	AA: 48	CD: 64	CP: 32	AA: 64	CD:	CP: 24	AA: 48	CD: 48	CP: 24	AA: 48	CD: 32	CP: 16	AA: 32			
		PREREQ:	MATEMÁTICA APLICADA	PREREQ:	TEORÍA DEL DISEÑO GRÁFICO				PREREQ:	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA	PREREQ:	LEGISLACIÓN Y LEYES LABORALES I	PREREQ:	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR					
		Asig. CONTABILIDAD GENERAL	TOT. 160																
		CD: 64	CP: 32	AA: 64															
		PREREQ:	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN																
CATEGORÍA INTEGRADORA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS																			
PROYECTO DE INTEGRACIÓN DE SABERES: INVESTIGACIÓN PROPUESTA COMERCIAL (ESCENARIO SIMULADO)																			
UNIDAD DE FORMACIÓN BÁSICA	4 TO SEMESTRE	Asig. TÉCNICAS DE VENTAS	TOT. 160	Asig. COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MERCADOTECNIA	TOT. 160	Asig. COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MERCADOTECNIA (PPP)	TOT. 40	Asig. ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	TOT. 80										
		CD: 64	CP: 32	AA: 64	CD: 64	CP: 32	AA: 64	CD:	CP:	AA:	CD: 32	CP: 16	AA: 32						
		PREREQ:	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	PREREQ:	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN					PREREQ:	LEGISLACIÓN Y LEYES LABORALES II								
		Asig. fijación de precios y políticas de promoción	TOT. 120	Asig. CONTABILIDAD FINANCIERA	TOT. 120														
		CD: 48	CP: 24	AA: 48	CD: 48	CP: 24	AA: 48												
		PREREQ:	FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA	PREREQ:	CONTABILIDAD GENERAL														
Asig. INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS	TOT. 120																		
		CD: 48	CP: 24	AA: 48															
		PREREQ:	FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA																
CATEGORÍA INTEGRADORA: COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MERCADOTECNIA																			
PROYECTO DE INTEGRACIÓN DE SABERES: INVESTIGACIÓN DE MERCADO POTENCIAL (ESCENARIO REAL)																			

UNIDAD DE FORMACIÓN PROFESIONAL

5TO SEMESTRE	Anig: PRESUPUESTO Y FINANZAS DE MERCADOTECNIA TOT: 120				Anig: MERCADOTECNIA DE SERVICIOS TOT: 160				Anig: MERCADOTECNIA DE SERVICIOS (PPP) TOT: 40				Anig: GESTIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL TOT: 160				Anig: MERCADOTECNIA SOCIAL TOT: 120			
	CD: 48 CP: 24 AA: 48				CD: 64 CP: 32 AA: 64				CD: 40 CP: 20 AA: 40				CD: 64 CP: 32 AA: 64				CD: 48 CP: 24 AA: 48			
	PREPRO: ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL				PREPRO: FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN				PREPRO: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS				PREPRO: FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA							
	Anig: LOGÍSTICA TOT: 120				Anig: CAMPAÑAS PUBLICITARIAS TOT: 80															
CD: 48 CP: 24 AA: 48				CD: 32 CP: 16 AA: 32																
PREPRO: FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA				PREPRO: COMUNICACIÓN EMPRESARIAL DE MERCADOTECNIA																
CATEGORÍA INTEGRADORA: MERCADOTECNIA DE SERVICIOS																				
PROYECTO DE INTEGRACIÓN DE SABERES: INVESTIGACIÓN PLAN DE MARKETING SOCIAL																				

6	304	152	304	800
---	-----	-----	-----	-----

6TO SEMESTRE	Anig: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA TOT: 160				Anig: MERCADOTECNIA DE EVENTOS TOT: 160				Anig: MERCADOTECNIA DE EVENTOS (PPP) TOT: 40				Anig: MERCADOTECNIA RELACIONAL Y SENSORIAL TOT: 80				Anig: B2B MERCADOTECNIA TOT: 80			
	CD: 64 CP: 32 AA: 64				CD: 64 CP: 32 AA: 64				CD: 40 CP: 20 AA: 40				CD: 32 CP: 16 AA: 32				CD: 32 CP: 16 AA: 32			
	PREPRO: FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN				PREPRO: TÉCNICAS DE VENTAS				PREPRO: MERCADOTECNIA DE SERVICIOS				PREPRO: MERCADOTECNIA SOCIAL							
	Anig: TRADE MARKETING (INGLES) TOT: 120				Anig: DIRECCIÓN DE VENTAS TOT: 160															
CD: 48 CP: 24 AA: 48				CD: 64 CP: 32 AA: 64																
PREPRO: CAMPAÑAS PUBLICITARIAS				PREPRO: TÉCNICAS DE VENTAS																
CATEGORÍA INTEGRADORA: MERCADOTECNIA DE EVENTOS																				
PROYECTO DE INTEGRACIÓN DE SABERES: INVESTIGACIÓN DESARROLLO DE NUEVO PRODUCTO																				

6	304	152	304	800
---	-----	-----	-----	-----

7MO SEMESTRE	Anig: MERCADOTECNIA POLITICA TOT: 120				Anig: EMPRENDIMIENTO TOT: 160				Anig: VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD TOT: 80				Anig: MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LA TOMA DE DECISIONES TOT: 120				Anig: NEGOCIACIÓN Y SOLUCIÓN DE CONFLICTOS TOT: 120			
	CD: 48 CP: 24 AA: 48				CD: 64 CP: 32 AA: 64				CD: 40 CP: 20 AA: 40				CD: 48 CP: 24 AA: 48				CD: 48 CP: 24 AA: 48			
	PREPRO: MERCADOTECNIA SOCIAL				PREPRO: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA				PREPRO: PRESUPUESTOS Y FINANZAS DE MERCADOTECNIA				PREPRO: DIRECCIÓN DE VENTAS							
	Anig: SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL TOT: 80				Anig: STRATEGIC MARKETING (INGLES) TOT: 120															
CD: 32 CP: 16 AA: 32				CD: 48 CP: 24 AA: 48																
PREPRO: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA				PREPRO: TRADE MARKETING (INGLES)																
CATEGORÍA INTEGRADORA: EMPRENDIMIENTO																				
PROYECTO DE INTEGRACIÓN DE SABERES: INVESTIGACIÓN PROYECTO DE INVERSIÓN																				

6	288	144	288	800
---	-----	-----	-----	-----

UNIDAD DE TITULACIÓN

8VO SEMESTRE	Anig: BRAND MANAGEMENT TOT: 80				Anig: PLAN DE MERCADOTECNIA TOT: 80				Anig: VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD TOT: 80				Anig: MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LA TOMA DE DECISIONES TOT: 200				Anig: INTERNATIONAL MARKETING (INGLES) TOT: 80				Anig: INFOTECNOLOGIA TOT: 80			
	CD: 32 CP: 16 AA: 32				CD: 32 CP: 16 AA: 32				CD: 40 CP: 20 AA: 40				CD: 80 CP: 40 AA: 80				CD: 32 CP: 16 AA: 32				CD: 32 CP: 16 AA: 32			
	PREPRO: STRATEGIC MARKETING				PREPRO: MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LA TOMA DE DECISIONES				PREPRO: MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LA TOMA DE DECISIONES				PREPRO: STRATEGIC MARKETING				PREPRO: SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL							
	Anig: MERCADOTECNIA DIGITAL TOT: 120				Anig: GERENCIA DE MERCADOTECNIA TOT: 80																			
CD: 48 CP: 24 AA: 48				CD: 32 CP: 16 AA: 32																				
PREPRO: SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL				PREPRO: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA																				
CATEGORÍA INTEGRADORA: PLAN DE MERCADOTECNIA																								
PROYECTO DE INTEGRACIÓN DE SABERES: INVESTIGACIÓN PROYECTO DE INVERSIÓN																								

6	288	144	288	800
---	-----	-----	-----	-----

9NO SEMESTRE	Anig: AUDITORIA DE MERCADOTECNIA TOT: 200				Anig: SUBSCRIPCIÓN TRABAJO DE TITULACIÓN TOT: 200				Anig: FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS TOT: 200			
	CD: 80 CP: 40 AA: 80				CD: 80 CP: 40 AA: 80				CD: 80 CP: 40 AA: 80			
	PREPRO: PLAN DE MERCADOTECNIA				PREPRO: ESTUDIO DE TRABAJO DE TITULACIÓN				PREPRO: PLAN DE MERCADOTECNIA			
	Anig: ANÁLISIS ESTADÍSTICO APLICADO A LA INVESTIGACIÓN TOT: 200											
CD: 80 CP: 40 AA: 80												
PREPRO: MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LA TOMA DE DECISIONES												
CATEGORÍA INTEGRADORA: AUDITORIA DE MERCADOTECNIA												
PROYECTO DE INTEGRACIÓN DE SABERES: TRABAJO DE TITULACIÓN												

4	320	160	320	800
---	-----	-----	-----	-----

32	2720	1360	2720	7200
----	------	------	------	------

NUMERO DE MATERIAS	HORAS DE COMPONENTE DE LA DOCENCIA	HORAS DE COMPONENTE DE APLICACIÓN	HORAS DE COMPONENTE DE TRABAJO AUTÓNOMO	HORAS DE PRÁCTICAS PREPROFESIONALES	HORAS DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	HORAS DE TRABAJO DE TITULACIÓN	TOTAL DE HORAS	ACLARACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DEL APRENDIZAJE
52	2720	1360	2720	240	160	0	7200	Debido a la organización de cursos, componente de aplicación y componente de trabajo autónomo, se han incluido los asignaturas de titulación de trabajo de titulación 200 horas; Elaboración de Trabajo Titulación 200 horas.
%	38%	18%	38%	3%	2%	0	100%	

COLORES DE IDENTIFICACIÓN EN MALLA CURRICULAR	
HORAS DE PRÁCTICAS PREPROFESIONALES	240
HORAS DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	160
HORAS DE TRABAJO DE TITULACIÓN	0

ABREVIATURAS	
HORAS DE COMPONENTE DE LA DOCENCIA	CD
HORAS DE COMPONENTE DE APLICACIÓN	CF
HORAS DE COMPONENTE DE TRABAJO AUTÓNOMO	AA
TOTAL	100

ELABORACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		
Partido	Asignaturas/cursos/ecuivalentes	Horas
VIII	DISEÑO TRABAJO DE TITULACION	200
IX	ELABORACION TRABAJO TITULACION	200
	Total	400

RESUMEN DE HORAS Y EXPLICACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE LA MALLA CURRICULAR		
CAMPOS DE FORMACIÓN	HORAS	%
FUNDAMENTOS TEÓRICOS	1560	21,67%
PRAXIS PROFESIONAL	2360	32,78%
EPISTEMOLOGÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	1360	18,89%
INTEGRACIÓN DE SABERES, CONTEXTOS Y CULTURA	1160	16,11%
COMUNICACIÓN Y LENGUAJES	360	5,00%
PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES/ VINCULACIÓN	400	5,56%
TOTAL DE HORAS	7200	100%

RED SISTÉMICA DE LA CARRERA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

