

MALLA CURRICULAR

PRIMER NIVEL

- FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
- MATEMATICAS APLICADAS
- FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA
- FUNDAMENTOS DE ECONOMIA
- DEMOCRACIA, CIUDADANIA Y GLOBALIZACION
- LENGUAJE Y COMUNICACION

SEGUNDO NIVEL

- ENTORNO LEGAL DE LA MERCADOTECNIA
- TEORIA DEL DISEÑO GRAFICO
- COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
- CREATIVIDAD E INNOVACION
- MICROECONOMIA
- METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION I

TERCER NIVEL

- MATEMATICA FINANCIERA
- CONTABILIDAD GENERAL
- MERCADOTECNIA RELACIONAL Y SENSORIAL
- RELACIONES PUBLICAS Y EVENTOS
- ESTADISTICA I

CUARTO NIVEL

- CONTABILIDAD FINANCIERA
- TECNICAS DE VENTAS
- COMUNICACION INTEGRAL DE MERCADOTECNIA
- INNOVACION Y DESARROLLO DE PRODUCTOS
- ESTADISTICA II

QUINTO NIVEL

- PRESUPUESTO Y FINANZAS DE MERCADOTECNIA
- INVESTIGACION DE MERCADOS
- LOGISTICA
- ETICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL
- METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION II

SEXTO NIVEL

- PLANEACION ESTRATEGICA
- TRADE MARKETING
- MERCADOTECNIA DE SERVICIOS
- MERCADOTECNIA SOCIAL Y POLITICA
- PRACTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO

SEPTIMO NIVEL

- SISTEMAS DE INFORMACION GERENCIAL
- METODOS CUANTITATIVOS PARA LA TOMA DE DECISIONES
- BRAND MANAGEMENT
- NEGOCIACION Y SOLUCION DE CONFLICTOS
- EMPRENDIMIENTO E INNOVACION
- PRACTICAS ENTORNOS LABORALES

OCTAVO NIVEL

- MERCADOTECNIA DIGITAL
- DIRECCION DE VENTAS
- STRATEGIC MARKETING
- INTERNATIONAL MARKETING
- ELABORACION DE PROYECTOS

NOVENO NIVEL

- AUDITORIA DE MERCADOTECNIA
- ANALISIS ESTADISTICO APLICADO A LA INVESTIGACION
- INNOVACION Y MODELOS DE NEGOCIOS
- UNIDAD DE INTEGRACION CURRICULAR



Autoridades

Facultad de Ciencias Administrativas Universidad de Guayaquil

Ing. Janet Bonilla Freire, MAE.
Decana

Ing. Johanna Rangel Saltos, MGs.
Subdecana

Econ. Viviana Coello Tumbaco, M.A.E.
Directora de Carrera



Licenciatura en MERCADOTECNIA

Dirección:
Cda. Universitaria
"Universidad de Guayaquil"
Av. Delta S/N y Av. Kennedy.



fca.ug.edu.ec



MISIÓN

Generar, difundir, preservar conocimientos en el campo de la mercadotecnia para formar profesionales creativos e innovadores en productos y marcas, fomentando el comportamiento ético con la sociedad y vinculando la investigación a las exigencias del mercado competitivo.

VISIÓN

Ser una carrera de excelencia a nivel nacional en la formación de mercadólogos con valores éticos y humanísticos de alto nivel, a través del fortalecimiento de las competencias académicas y de investigación, formación de redes con los sectores representativos sociales y productivos con catedráticos comprometidos con el desarrollo sustentable del país.

Números de períodos:
9 (nueve)

Números de horas por períodos académicos:
720 horas por período.

Total de horas de la Carrera:
6480 horas.

Título que otorga:
Licenciado(a) en
Mercadotecnia.

PERFIL PROFESIONAL

El Licenciado en Mercadotecnia de la Universidad de Guayaquil se identifica por su nivel emprendedor; proactividad y creatividad, con visión estratégica cimentada en estudios del comportamiento del consumidor y su entorno competitivo. · Preparado para competir en el contexto global corporativo, que involucra profundos conocimientos en técnicas y métodos, adaptado a los nuevos ambientes de trabajo, con facilidad de comunicación internáutica, armonizando lo conceptual y técnico con habilidades y actitudes éticas, responsabilidad y sensibilidad social y ecológica, consciente del derecho nacional e internacional. · Proactivo con orientación al logro, capaz de auditar, diseñar y liderar la gestión de marketing de cualquier organización, dirigir procesos de negociación en diferentes campos de mercado e identificar y atender estratégicamente tendencias en las necesidades de la sociedad, haciendo uso de instrumentos metodológicos y técnicas de marketing con razonamiento lógico y numérico, con un sólido conocimiento de la realidad.

CAMPO OCUPACIONAL

Un profesional en Mercadotecnia es aquel que conduce los procesos comerciales de las organizaciones públicas y privadas, generando ingresos para la empresa. Una de sus principales virtudes es la creatividad.

El Licenciado en Mercadotecnia estará profesionalmente capacitado para desempeñarse como:

- Gerente Comercial.
- Gerente de ventas
- Gerente de marketing.
- Gerente de productos o marcas.
- Gerente de publicidad y promociones.
- Gerente de investigación de mercados.
- Supervisor de ventas
- Ejecutivo comercial en el campo de marketing.
- Consultor externo.

Podrán a través de sus competencias profesionales ser quienes ejecuten los desafíos en las diferentes funciones de planificación, dirección, ejecución y control de los recursos asignados por estas empresas.

