

**ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING GLOBAL Y
ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
2011**



SUMILLAS

PRIMER CICLO

1. ADMINISTRACIÓN GLOBAL I

Código	: MG0101
Formación	: Formación Básica
Naturaleza del curso	: Teórico – Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: I
HT	: 02
HP	: 04
Créditos	: 04
Requisito	:

Propósitos generales:

El cambio constante en los entornos del Marketing y la Administración hacen necesario que los alumnos conozcan cómo va evolucionando y las relaciones existentes entre ellas. La Administración es una ciencia que provee de diversas herramientas al marketing para su ejecución, siendo básico su conocimiento. Esto hace necesario que el alumno identifique la importancia de ello.

Síntesis

En este curso el alumno podrá conocer los elementos constitutivos de la administración: su historia, evolución, las escuelas del pensamiento administrativo a través del tiempo y sobretodo cómo en la actualidad la práctica se realiza de manera global y necesaria en empresas con enfoque global.

2. ANTROPOMARKETING HOLÍSTICO

Código	: MG0102
Formación	: Formación Básica
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: I
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03

Propósitos generales

El Marketing es un conjunto de herramientas que trabajan en función al ser integral, que es el ser humano. Es así que es importante que el estudiante de esta carrera conozca al ser humano, como punto de inicio y final del Marketing.

Síntesis

El curso se centra en el estudio antropológico en cada etapa del ciclo de vida del ser humano, enfocado al marketing, es decir cómo el cambio dinámico en el entorno y las tendencias que influyen en el proceso de crecimiento, evolución y desarrollo del hombre individual y colectivo. Asimismo, la antropología ayuda al marketing a estudiar la conexión emocional entre los productos y los valores de los consumidores.

3. DESARROLLO DEL TALENTO PERSONAL

Código	: MG0103
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Práctico (Taller – Laboratorio)
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: I
HTLL	: 02
HL	: 02
Créditos	: 02
Requisito	:

Propósitos generales

El enfoque moderno de la gestión empresarial define la necesidad que los profesionales sean formados de manera tal que respondan a las demandas del trabajo en equipo y su liderazgo. Todo equipo requiere de un líder que sepa como tal, el motivar a sus equipos de trabajo a que logren los objetivos empresariales.

Síntesis

El curso estudiará las funciones del gerente de una empresa, sus características y cualidades en su condición de líder, analizará el factor humano del líder, el líder y el mando, el líder y la capacidad de convocatoria, estilos de la gerencia como el autoritarismo, el participativo y el formalista; y concluirá con la caracterización de las estampas de un líder y casos de gerentes exitosos.

4. MATEMÁTICA I

Código	: EB1032
Formación	: Formación Básica
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: I
HT	: 02

HP : 04
Créditos : 04
Requisito :

Propósitos generales

De acuerdo a los entendidos en Marketing, ciencia exacta que ayuda al marketing darle un rigor más objetivo a desarrollar sus proyecciones y simulaciones. Ello permite tomar decisiones con un riesgo más calculado. Hoy en día, no se puede hacer investigación de mercados sin hacer uso de las herramientas estadísticas en donde las matemáticas juegan un rol protagónico.

Síntesis

La asignatura aborda el estudio de la lógica matemática como fundamento y soporte del estudio de la Teoría de Conjuntos, Relaciones Binarias y Funciones Reales de Variables Reales, Geometría Analítica de acuerdo al avance de la Ciencia y Tecnología Contemporáneo.

5. LÓGICA (PEB)

Código : EB0104
Formación : Formación Básica
Naturaleza del curso : Teórico - Práctico
Nivel de Estudio : Pre-grado
Semestre : I
HT : 02
HP : 02
Créditos : 03
Requisito :

Propósitos generales

Este curso ayuda al estudiante a desarrollar habilidades destinadas al poder tomar decisiones basadas en el criterio y el análisis. La idea fuerza de este curso es que el alumno obtenga la suficiente raciocinio y mejorar su capacidad de entendimiento.

Síntesis

El propósito principal es la capacitación del alumno para el análisis lógico y su familiarización con los procedimientos propios de la lógica matemática. Después de una breve introducción donde se examinan las nociones básicas de la lógica se exponen con especial énfasis en la práctica, las ideas y técnicas simbólicas fundamentales de la lógica proposicional (primera parte del curso) y de la lógica de predicados monódicos de primer orden (segunda parte).

6. TALLER DE MÉTODOS DE ESTUDIOS UNIVERSITARIO (PEB)

Código	: EB0101
Formación	: Formación Básica
Naturaleza del curso	: Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: I
HTLL	: 04
Créditos	: 02
Requisito	:

Propósitos generales

El estudiante cuando ingresa a la universidad debe tener en cuenta que requiere de cierta disciplina y metodología de estudio y de ello se encarga esta asignatura. Es importante que el alumno pueda desarrollar una metodología de estudio que le permita asimilar los conocimientos de la carrera que estudia.

Síntesis

La asignatura introduce al estudiante en la dinámica de los estudios universitarios. Presenta los conceptos y principios fundamentales de la ciencia, tecnología y métodos científicos; sus interrelaciones y vinculación con el contexto socio - cultural del país. Analiza el proceso del aprendizaje y los mecanismos que lo facilitan. Familiariza al estudiante con la terminología científica básica, los procedimientos de investigación y la elaboración de trabajos monográficos de acuerdo con las normas pertinentes

7. TALLER DE COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA (PEB)

Código	: EB0102
Formación	: Formación Básica
Naturaleza del curso	: Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: I
HTLL	: 04
Créditos	: 02
Requisito	:

Propósitos generales

Dado el avance tecnológico y la globalización de las comunicaciones, el idioma se ha convertido en un instrumento que ha ido variando en el tiempo. Los usos idiomáticos han determinado una serie de cambios que el alumno asimila y utiliza pensando que es correcto.

El propósito de este curso es el de instruir a los estudiantes en el correcto uso del idioma castellano (español) tanto al escribir como al hablar.

Síntesis

El curso trata de la técnica de la lectura, del ejercicio de la redacción, de la teoría y práctica gramaticales, de la revisión ortográfica y de la elocución.

8. ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y ARTÍSTICAS

Código	: EB0011
Formación	: Formación Básica
Naturaleza del curso	: Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: I
HTLL	: 02
Créditos	: 01
Requisito	:

Propósitos generales

El deporte y el arte están definidos como actividades que enriquecen el alma. Es necesario que nuestro alumno esté anímicamente preparado y sepa manejar el stress que crea la labor de gestionar una empresa.

Síntesis

El curso se propone descubrir, promover y aplicar los principios del Arte y Deporte, mediante la práctica de los diferentes lenguajes artísticos y deportivos, sensibilizando sus capacidades creativas, su libre expresión y su potencial humano.

SEGUNDO CICLO

9. HISTORIA DEL MARKETING

Código	: MG0201
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: II
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0101

Propósitos generales

El estudiante debe conocer cuáles son los orígenes del marketing. Desde su nacimiento, este conjunto de herramientas han ido evolucionando de tal modo que hoy en día es la actividad básica por naturaleza en la gestión empresarial

Dada esta situación es necesario que el estudiante de esta carrera se familiarice con la evolución de estas actividades y así poderlas usar adecuadamente.

Síntesis

La asignatura empieza con la descripción del comercio, la aparición y el proceso de evolución en la historia, los conceptos generales de marketing, estableciendo su importancia en el desarrollo de los negocios y de las organizaciones, para posteriormente pasar a establecer cómo contribuye la investigación de mercado con los alcances del marketing.

Después se establece cómo el ambiente influye en las acciones de marketing y también cómo los diversos tipos de mercados en los cuales se desarrolla el marketing actual. A continuación se establece la segmentación de mercados como paso previo para la definición de la mezcla del marketing.

10. ADMINISTRACIÓN GLOBAL II

Código	: MG0202
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: II
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 04
Requisito	: MG0102

Propósitos generales

Este curso tiene por objetivo que el alumno se familiarice con los elementos del proceso administrativo y de esa forma pueda hacer uso de ellos en el desenvolvimiento de las actividades dentro de la gestión de marketing.

Síntesis

La asignatura aborda el análisis del proceso o ciclo administrativo en la organización a partir de los siguientes contenidos: El medio ambiente que rodea a la organización y su impacto en los procesos administrativos, la planeación y sus elementos substanciales: los Objetivos, las Políticas y las Estrategias, así como los conceptos del Plan, Programa y Presupuesto, el proceso organizacional que comprende el estudio de la Estructura y Diseño Organizacional, Autoridad, Poder y Descentralización, la Administración de Personal y los procesos básicos para obtener, motivar y tecnificar la mano de obra, el proceso directivo que comprende el estudio del líder de la organización, los grupos y comités, así como de los procesos de comunicación y negociación de conflictos. El control que es el estudio de las normas para medir el desempeño y el logro de los

objetivos; y, finalmente, la asignatura aborda el estudio de las funciones esenciales de toda organización.

11. ECONOMÍA I

Código	: MG0203
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: II
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0103

Propósitos generales

El marketing se sirve de diversas ciencias auxiliares para desarrollar su actividad. Desde este punto de vista, la Economía permite entender el fenómeno económico, a los distintos tipos de mercados así como también las clases de elasticidades entre otras variables. Toda esta gama de variables determinan el comportamiento de la empresa en el mercado y permiten el elaborar las diversas estrategias de mejor manera.

Síntesis

La asignatura aborda el estudio de: Oferta y Demanda, Elasticidad, Precios, Comportamiento del consumidor, Análisis de la demanda del consumidor, Teoría de la producción, Costos de producción, Teoría de la empresa y la producción, Mercados competitivos y Monopolio.

12. MATEMÁTICA II

Código	: MG0204
Formación	: Formación en Ciencias
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: II
HT	: 02
HP	: 02
HL	: 02
Créditos	: 04
Requisito	: EB0132

Propósitos generales

Esta asignatura es importante dentro del currículo de la carrera debido a que le va a permitir al alumno obtener conocimientos que le ayuden a comprender diversos fenómenos.

Síntesis

La asignatura imparte conocimientos utilizando los conceptos que el alumno estudió previamente. El objetivo es crear en el estudiante interés por los conceptos, para aplicarlos en la solución de problemas prácticos.

Se desarrollan los siguientes temas: Geometría Analítica Plana, Vectores, Plano y Recta en el Espacio, Matrices y Determinantes, y Sistemas de Ecuaciones Lineales.

13. FORMACIÓN HISTÓRICA DEL PERÚ (PEB)

Código	: EB0201
Formación	: Formación Básica
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: II
HT	: 01
HP	: 02
Créditos	: 02
Requisito	: EB0101

Propósitos generales

La formación histórica del Perú permite al estudiante entender el fenómeno histórico - social y conocer y comprender las distintas épocas de la historia del país dentro de un mundo globalizado.

Síntesis

El curso de formación histórica del Perú corresponde al componente curricular del Programa de Estudios Básicos, su naturaleza es teórica y práctica y de formación humanística. Se propone dar a conocer, comprender y valorar la formación de la historia del Perú, teniendo como referencia de análisis a la sociedad, para lograr interpretar la evolución histórica del desarrollo social.

14. PSICOLOGÍA GENERAL (PEB)

Código	: EB0202
Formación	: Formación Básica
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: II
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: EB0102

Propósitos generales

La Sociología es otra de las ciencias auxiliares del Marketing y como tal le provee de información acerca de los diversos niveles socioeconómicos, estilos de vida y usos y costumbres de los diferentes pueblos y segmentos de mercados, es decir, es su conjunto como análisis colectivo.

Síntesis

Curso teórico-práctico en el que se examina el conocimiento psicológico en cuanto a su naturaleza, objeto, métodos y campos de estudio. El curso comprende temas generales de la Psicología como ciencia, explorando las bases biológicas y evolutivas del comportamiento humano, además del conocimiento sensorial del mundo a través de la percepción.

Estudia también la inteligencia emocional y las motivaciones que tienen las personas para la realización de conductas. Asimismo, brinda información científica acerca de la emoción, el estrés en la vida y la promoción de la salud; tomando en cuenta la influencia que ejerce el medio ambiente social y cultural. Finalmente, se revisa la relación de la Psicología con otras ciencias.

15. FILOSOFÍA (PEB)

Código	: EB0203
Formación	: Formación Básica
Naturaleza del curso	: Teórico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: II
HT	: 03
Créditos	: 03
Requisito	: EB0104

Propósitos generales

La filosofía es la madre de todas las ciencias y el alumno de la escuela de marketing debe tomar en consideración todos estos conocimientos para poder comprender los problemas relacionados al mundo de los negocios internacionales.

Síntesis

Proporcionar al alumno un marco de lectura y análisis que le permita introducirse en temas filósofos fundamentales de la cultura occidental. Más que un enfoque histórico de escuelas y autores, se abordarán los problemas más trascendentes planteados en tales temas filosóficos.

TERCER CICLO

16. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Código	: MG0301
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: III
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0103 y MG0201

Propósitos generales

En marketing el consumidor es su punto de partida y de llegada. Como tal, es básico su conocimiento y comprensión debido principalmente a que dependiendo de la información obtenida nos permitirá el lanzar exitosamente nuevos productos al mercado o monitorear el nivel de satisfacción del consumidor. Es importante este curso porque debemos saber cuáles son los factores que hacen que una persona compre un determinado producto.

Síntesis

La asignatura comienza definiendo lo que significa para el marketing el comportamiento del consumidor, se establece su importancia y el rol de la investigación de mercados. A continuación se desarrollan las decisiones de intercambio, los factores socioculturales, para luego pasar a las teorías motivacionales. Finalmente los tipos principales de situaciones de compra y el proceso de compra de negocios.

17. TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)

Código	: MG0302
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: III
HT	: 02
HP	: 02
HL	: 02
Créditos	: 04
Requisito	: MG0102

Propósitos generales

El manejo de la tecnología de la información es vital hoy en día para la mejor gestión de la empresa. La toma de decisiones en un entorno globalizado, debe ser desarrollada lo más rápido posible y por ello se

requiere que la empresa cuente con un conjunto de sistemas que permitan contar con información oportuna, idónea, actual y relevante para desarrollar una buena toma de decisiones

Síntesis

La asignatura aborda el estudio de la Introducción a la Computación e Informática, Sistema Operativo, Antivirus, Procesador de textos e Internet. La asignatura consiste en la capacitación para el uso de paquetes de aplicación como Hoja de cálculo y el Administrador de base de datos a nivel interactivo.

18. ECONOMÍA II

Código	: MG0303
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: III
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0203

Propósitos generales

Este curso continúa lo tratado en su prerrequisito. En este caso, el futuro hombre de marketing debe conocer acerca de las variables macroeconómicas que se generan dentro del entorno externo de la empresa. Al ser cada una de estas variables parte de las fuerzas económicas del macro ambiente de marketing, su conocimiento es vital para la creación y ejecución del planeamiento de marketing.

Síntesis

La asignatura ingresa al estudio de las Leyes del Sistema Económico, Planificación Económica, Métodos, Producción nacional por sectores, Cuentas nacionales de índices económicos: PNB, PBI, Inflación, PEA, Balanza Comercial y Balanza de Pagos.

19. ESTADÍSTICA GENERAL

Código	: MG0304
Formación	: Formación en Ciencias
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: III
HT	: 02
HP	: 02
HL	: 02
Créditos	: 04

Requisito : MG0204

Propósitos generales

En la actualidad el marketing es una disciplina que se sirve de diversas herramientas entre las cuales destacan el planeamiento estratégico y la investigación de mercados. Para esta última herramienta se hace uso de la estadística, que, en esta primera parte enseña al alumno a trabajar con elementos que, posteriormente le servirán para preparar investigaciones de mercado las cuales permitan obtener información para toma de decisiones.

Síntesis

La asignatura aborda el estudio de la Distribución de Frecuencias, Presentación de Datos, Estadígrafos de Posición, Estadígrafos de Dispersión, Regresiones, Series Cronológicas, y Números Índices.

20. HISTORIA DE LA CIVILIZACIÓN

Código : EB0301
Formación : Formación Básica
Naturaleza del curso : Teórico - Práctico
Nivel de Estudio : Pre-grado
Semestre : III
HT : 02
HP : 02
Créditos : 03
Requisito : EB0201

Propósitos generales

La importancia radica en el hecho del conocimiento de cómo evolucionó la civilización hasta nuestros días. La sociedad de hecho ha ido cambiando y evolucionando a raíz de determinados hechos que trajeron como consecuencia una nueva civilización que está poblando una aldea global y en donde el hombre es el protagonista principal con necesidades que deben ser satisfechas con mejores productos que se van adaptando a los nuevos deseos del mercado.

Síntesis

El curso de Historia de la Civilización tiene como objetivo lograr la comprensión y valoración del ser humano como ser histórico.

Para ello introduce al estudiante en el conocimiento de la naturaleza de la ciencia histórica y sus tendencias actuales de investigación. Estudia el proceso de formación y consolidación del sistema capitalista desde el Siglo XIII a nuestros días, considerando las contribuciones de la Antigüedad y las Sociedades precedentes. Propicia el análisis e interpretación de las estructuras sociales, económicas, políticas y mentales en el devenir histórico, hasta la configuración del mundo actual Globalizado.

21. RECURSOS NATURALES Y MEDIO AMBIENTE

Código	: EB0302
Formación	: Formación Básica
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: III
HT	: 01
HP	: 02
Créditos	: 02
Requisito	: EB0011

Propósitos generales

El Perú es un país rico en flora y fauna. Además de contar con una biodiversidad bastante grande. Es por eso que el estudiante de la carrera de Marketing debe conocer toda esta riqueza para amarla y defenderla al momento de hacer negocios formando así una conciencia ecológica que coadyuve esfuerzo para la defensa de la Ecología como parte de la Responsabilidad Social Empresarial.

Síntesis

Recursos Naturales y Ecología, busca promover el pensamiento ambientalista dentro del modelo económico actual. El sistema de libre mercado tiende a distorsionar los costos reales de producción al no considerar el deterioro del medio ambiente. Al finalizar el curso, el alumno estará debidamente informado sobre la naturaleza, clasificación, distribución, y estado actual de los recursos en el Perú; considerará los problemas actuales de deterioro ambiental y desarrollará valores éticos frente a la biodiversidad.

21. REALIDAD NACIONAL

Código	: EB0303
Formación	: Formación Básica
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: III
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: EB0201

Propósitos generales

Todo alumno debe conocer la realidad de su país, y más un estudiante de marketing. Conociendo la realidad nacional se pueden tomar mejores

decisiones en un mundo globalizado; sabiendo esto, el estudiante debe saber tomar decisiones tomando en cuenta la realidad de nuestro país.

Síntesis

Analiza los principales problemas que agobian a la sociedad peruana actual y la perspectiva de sus probables soluciones en relación con los cambios ocurridos en el mundo en pleno siglo XXI. En este contexto el curso se ha dividido en cuatro partes:

La primera comprende el estudio del acelerado crecimiento de la población debido al subdesarrollo y el logro de su disminución por ejecución de políticas de desarrollo económico y social. El crecimiento de la población urbana motivado por las migraciones y sus consecuencias: marginación social, economía informal y nueva cultura urbana. Culminando con el análisis de los problemas generados por el crecimiento de Lima Metropolitana.

En la segunda parte se analiza la situación y causas de la pobreza, el trabajo infantil y la educación.

La tercera parte trata del crecimiento económico y el desarrollo, la globalización de la economía e información y la situación del Perú al respecto, La revolución tecnológica y su impacto en la realidad nacional. La economía, el medio ambiente y el desarrollo ecológicamente sustentable. La contaminación ambiental y sobre explotación de recursos naturales y la conservación de los ecosistemas y las áreas naturales protegidas.

La cuarta parte comprende el estudio de los cambios operados en el mercado internacional y la empresa nacional. La integración, la ampliación de mercados y el análisis del Grupo Andino.

CUARTO CICLO

22. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS GLOBALES

Código	: MG0401
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: IV
HT	: 02
HP	: 02
HL	: 02
Créditos	: 04
Requisito	: MG0301 y MG0202

Propósitos generales

La nueva sociedad global está en constante cambio y éstos hacen necesario que una empresa global deba estar investigando lo que sucede

en este nuevo mercado global. Al estar globalizado un consumidor puede estar en cualquier parte del mundo lo que hace necesario analizarlo permanentemente.

Otro aspecto a ser investigado es el ambiente de marketing tanto a nivel micro como también macro porque se debe saber que está pasando en nuestro alrededor y sobretodo saber que procedimientos hay que seguir para entrar a estos mercados globalizados.

Síntesis

El desarrollo de la asignatura se inicia estableciendo la necesidad de información, especificando los objetivos de la investigación de mercados y las necesidades de información para determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos. Luego se desarrollará el procedimiento de recolección de datos, que culminará con el procesamiento y análisis de la información que será presentada con un informe que contiene las conclusiones y las recomendaciones. También se desarrollarán algunas técnicas específicas de recolección de información sobre impacto de marca (awarrenes) y sobre posicionamiento (escala de Thourstone).

23. DISEÑO DE ORGANIZACIONES CONTEMPORANEOS

Código	: MG0402
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: IV
HT	: 02
HP	: 04
Créditos	: 04
Requisito	: MG0202

Propósitos generales

Una empresa no se hace global de un momento a otro sino que es todo un proceso el cual toma bastante tiempo y para eso el profesional de marketing debe saber hacer cómo transitar esta evolución empresarial. En este proceso existen un determinado número de diseños que han evolucionado a través de los tiempos.

Síntesis

Ofrecer al alumno los conocimientos fundamentales para el diseño de estructuras organizacionales acorde con las tendencias mundiales, regionales y nacionales, adaptado al entorno que se desenvuelve.

- La importancia del curso en el proceso de formación del alumno es fundamental, ya que le permitirá poder estructurar el manejo de recursos en la organización adaptado a su entorno dinámico y competitivo. El conocimiento de las tendencias, el entorno, los

paradigmas y el manejo de las crisis en las organizaciones son la pauta fundamental para adentrarse al tema.

- Los cambios constantes y permanentes en las organizaciones y su entorno, hace que el alumno se prepare en recolectar conocimiento e información diariamente y que esto le sirva de herramienta de manejo empresarial.

24. ECONOMÍA GLOBAL

Código	: MG0403
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: IV
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0303 y EB0302

Propósitos generales

Hay un nuevo mapa económico mundial a raíz de diversos acontecimientos: la crisis mundial, la globalización comercial, la suscripción de diversos tratados de libre comercio, entre otros. Ello hace necesario su análisis para poder desarrollar actividades de comercio internacional.

Síntesis

Enfocado hacia el estudio de las relaciones económicas entre los países, comercio internacional, movimientos internacionales de capital y sistemas monetarios internacionales, el curso alude a una economía integrada sin fronteras posteriores a grandes cambios históricos en el mundo actual y contemporáneo.

25. ESTADÍSTICA APLICADA

Código	: MG0404
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: IV
HT	: 02
HTL	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0304

Propósitos generales

Uno de las actividades de un empresario es la toma de decisiones y para poder hacerlo bien se sirve de diversos modelos de simulación que permitirá manejar diversos escenarios ya sean éstos optimistas, pesimistas o neutrales.

Síntesis

Este curso permitirá al alumno realizar diversos análisis y simulaciones de escenarios, que le permitirá diseñar, desarrollar y ejecutar soluciones adecuadas en temas relacionadas a la gestión empresarial como producción, ventas, transporte, entre otras áreas y poder encontrar las mejores soluciones para llevar a cabo las diversas actividades empresariales.

26. CONTABILIDAD I

Código	: MG0405
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: IV
HT	: 02
HP	: 02
HL	: 02
Créditos	: 04
Requisito	: EB0102

Propósitos generales

Uno de los pilares de la gestión moderna es el orden en la administración de una empresa. En ello coadyuva esfuerzos las diferentes áreas de la empresa entre ellas la contable que debe mantener en orden y al día las actividades comerciales de la compañía utilizando para ello los diversos libros contables que se utilizan. El estudiante de nuestra carrera, si bien es cierto no va a dedicarse a llevar las cuentas de la empresa, si debe conocer de dónde y cómo se obtienen las distintas cuentas que posteriormente formarán parte de los Estados Financieros.

Síntesis

La asignatura de naturaleza práctica permite al alumno iniciarse en el estudio de las ciencias contables, comprende el análisis práctico de los fundamentos de la disciplina contable y del plan de contabilidad de aceptación general en las empresas, el uso y manejo de los documentos que sustentan operaciones contables y mercantiles y los libros auxiliares contables.

27. DERECHO EMPRESARIAL I

Código	: MG0406
Formación	: Formación Humanística

Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: IV
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: EB0301 y EB0303

Propósitos generales

Cuando una idea de negocio nace se deben hacer diversos análisis y, sobre todo, analizar el tipo de empresa que acogerá a esta idea de negocios. Para escoger esto, es necesario analizar los diversos tipos de empresas y sociedades para determinar cual es la más adecuada para cada tipo de idea de negocios.

Síntesis

La asignatura se orienta al estudio de la teoría del Derecho Constitucional aplicada al Perú. Trata sobre los derechos fundamentales de la persona, los derechos sociales, económicos y políticos. Considera también el estudio de los objetivos y fundamentos del Derecho Administrativo en relación directa al Estado Peruano; y el estudio de la organización operativa de la Administración Pública.

QUINTO CICLO

28. MARKETING ESTRATÉGICO

Código	: MG0501
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: V
HT	: 02
HP	: 04
Créditos	: 04
Requisito	: MG0401

Propósitos generales

Toda empresa cuando sale al mercado necesita hacer Planeamiento Estratégico lo cual significa elaborar análisis de diversos aspectos relacionados al lanzamiento de productos: analizar el entorno, el comportamiento del consumidor, la competencia y contrastarlo con las fortalezas y debilidades. Luego de realizar todo esto el profesional de marketing debe tomar diversas decisiones sobre la forma como ingresará al mercado para lo cual tiene que establecer diversas estrategias para

cada componente de la mezcla comercial (producto, precio, plaza y promoción)

Síntesis

- Misión, objetivos y estrategias de la Empresa.
- Matriz FODA.
- Arquitectura de la Estrategia.
- Estrategias de Negocios.
- Estrategias a realizar para el posicionamiento de la Empresa.
- La capacidad de Competencia
- La decisión Estratégica.
- Plan estratégico de marketing
- El Análisis Estratégico.

La asignatura estudiará la importancia de la visión, misión, valores, objetivos y Plan estratégico de la empresa; la matriz FODA; arquitectura de la estrategia, las estrategias de negocios; el desarrollo de estrategias para el posicionamiento de la empresa; la capacidad de competencia; la decisión estratégica; el plan estratégico de marketing; y análisis estratégico.

29. TALLER DE SISTEMA DE INFORMACIÓN DEL MERCADO GLOBAL

Código	: MG0502
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: V
HTLL	: 02
HL	: 02
Créditos	: 02
Requisito	: MG0302

Propósitos generales

En marketing es básico el trabajo con información. Esta disciplina de gestión de negocios cuenta con una plataforma que permite obtener dicha información: el Sistema de Información de Mercado Global, compuesto por 4 subsistemas que garantizan, de ser usado adecuadamente, la obtención de información actual, objetiva, relevante y real acerca de los ambientes de marketing.

Síntesis

Esta asignatura comprende los conocimientos sobre aplicación de técnicas administrativas como la formación de un sistema tecnológico de información; la aplicación de la informática a la tecnología de la información; las nuevas estructuras organizacionales; aplicación de nuevas técnicas en la toma de decisiones; la gestión tecnológica en la empresa; creación de empresas con base tecnológica. También se

desarrollaran tópicos como el sistema empresarial de información, el sistema de información de marketing, los sistemas informáticos más utilizados en marketing, entre otros.

30. COMPORTAMIENTO HUMANO EN LAS ORGANIZACIONES

Código	: MG0503
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0402

Propósitos generales

En la actualidad la gestión empresarial incluye la generación de buenas relaciones con los trabajadores. Ello incluye la creación de espacios y climas adecuados de trabajo lo cual garantice lograr la mejor predisposición de los trabajadores. Por otro lado, el curso permite al estudiante aprender cómo desarrollar actividades que permitan la creación de mecanismos de comunicación entre la organización y su potencial humano.

Síntesis

Cómo trabajar con las personas, sistemas sociales, orígenes de la motivación. Como motivar a los trabajadores, clima y modelos de comportamiento organizacional.

También estudiará el liderazgo y supervisión, la participación del trabajador, el manejo del cambio, el desarrollo organizacional y la capacitación, la tecnología y las personas, la calidad de vida de trabajo, y el individuo en la organización.

31. COMERCIO GLOBAL

Código	: MG0504
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: V
HT	: 02
HL	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0403

Propósitos generales

Este curso provee de conocimientos sobre las formas y componentes modernos del Comercio Global. Todo estudiante de marketing global debe conocer estos aspectos debido a que estará utilizándolos en su diaria labor.

Síntesis

El curso comprende las generalidades del comercio internacional, el estado y los negocios internacionales, la balanza de pagos, el sistema monetario y mercado financiero las Inversiones extranjeras en el Perú. Además, la internacionalización de las empresas, la integración económica, las Zonas Francas y los CETICOS, las Operaciones de exportación, el Sistema aduanero, los INCOTERMS, y el Comercio compensado.

32. MATEMÁTICA FINANCIERA

Código	: MG0505
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: V
HT	: 02
HL	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0404

Propósitos generales

En una empresa se debe de mantener una adecuada administración de las finanzas. Es por eso, que el estudiante de la carrera requiere conocer lo relacionado a los diversos elementos necesarios para saber cómo evaluar las diversas decisiones financieras que se deben de tomar en el quehacer empresarial.

Síntesis

La asignatura comprende y transmite conocimientos básicos, técnicos y principios que permitan en una organización:

- a) diagnosticar, evaluar y controlar la gestión económica y financiera a partir de los estados financieros como base para las proyecciones que requiera la organización. Asimismo, captar y manejar el uso y destino de los recursos financieros,
- b) determinar los requerimientos de futuros fondos, especialmente el requerimiento de capital de trabajo
- c) analizar e interpretar los estados financieros, aplicando la indexación de los valores monetarios en un entorno inflacionario, y administrar y controlar los fondos de las inversiones a corto plazo.

33. CONTABILIDAD II

Código	: MG0506
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado

Semestre	: V
HT	: 02
HP	: 02
HL	: 02
Créditos	: 04
Requisito	: MG0405

Propósitos generales

Este curso es de vital importancia para el futuro especialista en marketing debido a que sigue la secuencia de los conocimientos aprendidos en el curso prerrequisito. Es en este curso en donde se aprenden a elaborar los Estados Financieros que permitirán saber la real situación de la empresa.

Síntesis

La asignatura es de naturaleza teórico-práctico que comprende la enseñanza de la formulación de los Estados Financieros Básicos; aspectos legales tributarios y parcialmente contables relacionados con todos los tipos de sociedades mercantiles, Agencias y Sucursales, sus diferentes formas de Constitución; disolución, liquidación y extinción.

34. DERECHO EMPRESARIAL II

Código	: MG0507
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: V
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0406 y EB0203

Propósitos generales

Una vez creada la empresa, se debe saber cómo desarrollar las actividades empresariales sin transgredir las disposiciones legales vigentes en relación con temas laborales, tributarios, etc. Eso necesariamente es deber de todo futuro empresario que desee cumplir su visión estratégica.

Síntesis

El contenido de la presente asignatura conduce al conocimiento del proceso de la relación mercantil, fijando las ideas centrales de la normatividad que la sustenta y destacando el quehacer comercial desde su conceptualización hasta los aspectos que determinan su materialización en empresas individuales o societarias. Asimismo, abarca temas puntuales y prácticos de la Legislación Laboral vigente, en especial relativos al contrato de trabajo, remuneraciones, horas de trabajo,

vacaciones, compensación por tiempo de servicios (CTS), sistema previsional (SNP - AFP), Accidentes de trabajo y Sindicalización.

SEXTO CICLO

35. TALLER E-BUSINESS

Código	: MG0601
Formación	: Formación de Especialidad
Naturaleza del curso	: Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VI
HTLL	: 02
HL	: 02
Créditos	: 02
Requisito	: MG0502

Propósitos generales

Uno de los avances tecnológicos más importantes del siglo XX es la Internet. Ello genera una nueva tendencia dentro del marketing la cual se denomina marketing interactivo y debe ser aprovechada por todas las empresas para llegar a los lugares más lejanos y colocar los productos peruanos en esos mercados.

Síntesis

Las relaciones comerciales one to one constituyen un extraordinario y moderno despliegue de una nueva forma de comercialización que vincula empresas y clientes vía on-line. Orienta al estudiante en el manejo de estas herramientas como la aplicación de investigación del marketing para identificar el target group, su relación de necesidades y el CRM, así como las técnicas más sobresalientes del e-business son claves para el desarrollo del retailing moderno.

36. INVESTIGACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Código	: MG0602
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VI
HT	: 02
HP	: 02
HL	: 02
Créditos	: 04
Requisito	: MG0502

Propósitos generales

En marketing se usa la opinión de los consumidores. En este caso la opinión pública visualiza a la empresa de alguna forma: positiva o negativa. La empresa puede medir estas actitudes y en función a ella desarrollar diversas campañas de comunicación y de relaciones públicas para mejorar y/o mantener su imagen corporativa.

Síntesis

El curso tiende a incentivar, analizar y evaluar la fuerza de la OP dentro del manejo de las comunicaciones y sus resultados en el comportamiento colectivo, frente a estímulos positivos y/o negativos en la sociedad.

37. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Código	: MG0603
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VI
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0503

Propósitos generales

Toda empresa que desee crecer en un mercado competitivo y globalizado necesita de gerentes y ejecutivos líderes que creen y pongan en práctica las estrategias adecuadas y sobretodo ganarse la confianza de los consumidores internos (trabajadores) para llevar a cabo dichas estrategias. Un buen líder debe tener el suficiente criterio para manejar las relaciones humanas y laborales las cuales permitan el logro de los objetivos de la empresa.

Síntesis

En el curso se estudiarán los programas para el desarrollo del Liderazgo; las teorías y programas de motivación; el desarrollo organizacional; el planeamiento de políticas del potencial humano; los programas de inducción al cambio; la inducción a la aplicación de valores en el trabajo; y las políticas de la estructura salarial en las organizaciones.

38. NEGOCIOS GLOBALES

Código	: MG0604
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VI
HT	: 02
HP	: 02
HL	: 02

Créditos : 04
Requisito : MG0504

Propósitos generales

Los mercados se han globalizado y ello trae consigo la necesidad de conocer criterios de Comercio Internacional y de Economía Internacional. La coyuntura derivada de los diferentes hechos históricos que cambiaron el contexto mundial hace necesario el conocimiento y análisis de los diferentes modelos comerciales y económicos. Ello permitirá al estudiante el conocer y diferenciar a cada uno de ellos.

Síntesis

Se analiza y sistematiza los escenarios dinámicos de los negocios internacionales en ascenso global desde la caída del Muro de Berlín y la desaparición del mundo bipolar para explorar las oportunidades para los productos peruanos con potencial exportador.

Para ello se estudia el Comercio Exterior y Economía Internacional; Globalización; Ventajas absolutas y relativas; Modelo Hecser-Ohlin; Marco conceptual y operativo de las exportaciones Política comercial, Aranceles y Tarifas, y la Integración Comercial.

Además el curso está dirigido a crear dentro del ámbito académico la conciencia de la real y urgente necesidad de involucrarse en los negocios internacionales de manera directa por parte del estudiante, a la vez, vincularse a las terminologías y prácticas comerciales internacionales.

39. COSTOS Y PRESUPUESTOS

Código : MG0605
Formación : Formación Profesional
Naturaleza del curso : Teórico - Práctico
Nivel de Estudio : Pre-grado
Semestre : VI
HT : 02
HP : 02
HL : 02
Créditos : 04
Requisito : MG0506

Propósitos generales

Una empresa debe desarrollar presupuestos para las actividades que desarrolle para su gestión. Es por eso, que el alumno de la carrera de Marketing debe conocer cuáles son los diversos tipos de presupuestos que permitan establecer claramente la estructura de costos de los productos a ser comercializados. En un mercado globalizado, una empresa debe saber hacer una adecuada estructura de costos que permitan a una empresa mantener su nivel de competitividad.

Síntesis

La asignatura es de naturaleza teórico práctica y proporciona los instrumentos necesarios para elevar la eficiencia y eficacia de las organizaciones, mediante la toma de decisiones oportunas, utilizando técnicas especializadas de costos y presupuestos, por lo tanto los temas

básicos relacionados con el curso son la relación entre Costos Beneficios y Volúmenes de Actividades, Sistema de Acumulación y Reparto de Costos - Costos por Pedido y Costos por Proceso - Centro de Costos, Estándares y

Desviaciones, Sistema de Costos Estándar, los Objetivos de la Contabilidad de Costos, Información contable de Decisiones de Explotación y de Inversión, Sistema de Costos ABC , la naturaleza del presupuesto, tipos de presupuestos, técnicas para la elaboración de presupuestos.

40. MERCHANDISING (E)

Código	: MG0606
Formación	: Formación de Especialidad
Naturaleza del curso	: Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VI
HP	: 02
HTLL	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0501

Propósitos generales

Dentro del marketing existen algunas técnicas específicas. Una de ellas está relacionada a cómo y dónde colocar el producto dentro de los puntos de venta a nivel global. El estudiante debe aprender a negociar la colocación de los productos peruanos y obtener la mejor para ellos.

Síntesis

Embellecer la presentación final de los productos-servicios es clave en el éxito del merchandising. La asignatura se basa en interpretar las reacciones sensoriales del consumidor para el éxito resonante de la técnica "merchandising" que enseña a adecuar los ambientes preferidos por el consumidor con técnicas como las priorizaciones y el arte de los suministros hacia la optimización de la distribución comercial.

41. MARKETING NUTRICIONAL (E)

Código	: MG0607
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VI
HT	: 02

HP : 02
Créditos : 03
Requisito : MG0501

Propósitos generales

Las tendencias en cuanto a nutrición han ido variando a través de los años trayendo consigo que, en algunos países sea prioritario el saber alimentarse dejando de lado los productos altos en grasa y colesterol. Nuestro país tiene una biodiversidad muy rica la cual se debe aprovechar y así colocar nuestros productos nutritivos ricos en fibra y proteínas en los mercados globales.

Síntesis

La asignatura es de carácter teórico - práctico, orientado a introducir al estudiante en el campo del marketing en la nutrición y alimentos, utilizando las diversas herramientas que nos brinda esta especialidad para motivar y cautivar al mercado, logrando así los objetivos empresariales, buscando finalmente elevar la calidad de vida con buena información de alimentos. El alumno al finalizar el semestre presentará un trabajo de un producto alimenticio con orientación al marketing.

SÉPTIMO CICLO

42. MARKETING INDUSTRIAL

Código : MG0701
Formación : Formación Profesional
Naturaleza del curso : Teórico - Práctico
Nivel de Estudio : Pre-grado
Semestre : VII
HT : 02
HP : 02
Créditos : 03
Requisito : MG0501

Propósitos generales

Vender un producto industrial es muy distinto de vender que un bien de consumo. Requiere de una administración especializada y sobretodo de gente especializada. Al hablar de un mercado industrial nos referimos a un mercado donde se venden bienes de capital los que son usados por las empresas para producir sus artículos

Síntesis

La asignatura comprende: El mercado industrial; Tipos de mercados industriales; Características de la demanda; Demanda derivada; Determinantes de la demanda; El marketing industrial; Definición e importancia; Clasificación de los productos industriales; Características de los mercados industriales; El proceso de compra industrial; La

segmentación de mercados industriales; La venta industrial; La distribución física; El precio de los productos industriales; La industrialización del servicio; La comunicación de productos industriales; y Planeación del mercado industrial.

43. TALLER DE CONSUMER INSIGHT

Código	: MG0702
Formación	: Formación de Especialidad
Naturaleza del curso	: Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VII
HTLL	: 02
HL	: 02
Créditos	: 02
Requisito	: MG0502

Propósitos generales

La decisión de compra de un consumidor incluye elementos exógenos y endógenos. Sobre estos últimos trata este curso y ellos le permiten al profesional en marketing el conocer el por qué un consumidor se decide por un determinado producto en comparación a los demás de la misma categoría.

Síntesis

Identificar los procesos endógenos por los cuales el consumidor se fideliza profundamente con los satisfactores tangibles e intangibles es la naturaleza de esta asignatura. El análisis cualitativo de los procesos endógenos hace del taller un extraordinario curso de análisis y práctica orientada a la promoción de marcas invencibles en el mercado global.

44. IMAGEN CORPORATIVA

Código	: MG0703
Formación	: Formación de Especialidad
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VII
HT	: 02
HP	: 02
HL	: 02
Créditos	: 04
Requisito	: MG0602

Propósitos generales

La imagen corporativa es uno de los intangibles más importantes. Para una empresa, cuya visión es posicionarse como empresa global, la administración y gestión de la imagen corporativa ante sus públicos, es básica y debe ser gestionada de forma tal que siempre se mantenga lo más inmaculada posible.

A este respecto la imagen se amplía a lo que se conoce como “marca país”, la cual al igual que la imagen de la empresa en el exterior, deberá ser muy bien mantenida.

Síntesis

La asignatura se orienta a relevar este importante componente del posicionamiento corporativo que es clave para la supervivencia y el desarrollo de las organizaciones contemporáneas: como construir a través del tiempo una sólida imagen frente a los Stake Holders y el mercado en su conjunto. Sin embargo el tema es muy sensible a otros conceptos como la responsabilidad social empresaria y los ecosistemas.

45. ADMINISTRACIÓN COMERCIAL I

Código	: MG0704
Formación	: Formación de Especialidad
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VII
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0603

Propósitos generales

El marketing es una disciplina que comprende un conjunto de actividades que van desde la concepción de un producto para satisfacer una determinada necesidad detectada. Una vez desarrollado éste es necesario el buscar las estrategias adecuadas para llevar este producto al mercado, escogiendo los canales de distribución con los cuales se tengan que tratar todos los aspectos relacionados a dicha colocación. Pero este curso no sólo es necesario por este motivo sino que también se requiere de desarrollar actividades que garanticen una adecuada Administración y Gerencia de Ventas: establecimiento de zonas y cuotas de ventas, elaboración de presupuestos de ventas así como todo el proceso de reclutamiento, selección, capacitación y supervisión de los vendedores

Síntesis

La asignatura establece como base fundamental en su desarrollo los siguientes aspectos: El Marketing y las ventas, la Organización del área de ventas, la Venta personal: ventajas y desventajas, las técnicas de

ventas: prospección, entrevista, demostración, manejo de objeciones, cierre de ventas y post venta, Clínica de ventas, preparación y exposición.

46. TALLER DE GESTIÓN DE PRODUCTO

Código	: MG0705
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VII
HTLL	: 02
HL	: 02
Créditos	: 02
Requisito	: MG0604

Propósitos generales

Todo producto antes de salir al mercado debe ser muy bien creado y elaborado para luego lanzarlo al mercado. Todo especialista de marketing egresado de esta carrera debe manejar adecuadamente la formulación de estrategias de producto que ayuden a hacer que el ingreso de éste al mercado globalizado y competitivo sea exitoso.

Síntesis

En la asignatura se estudiará el Producto; los Aspectos generales; Niveles de producto; Clasificación de productos; Ciclo de vida del producto; Definición e importancia; Estrategias aplicadas a cada etapa del ciclo de vida de un producto; Diseño y desarrollo de nuevos productos; Proceso de adopción y difusión de nuevos productos; Clasificación de adoptadores; Mix de productos; Determinación de la mix; Líneas de productos; Definición y aplicación; Marca; Definición, nombre y logo; funciones; Tipos y estrategias de marca; Envase; Definición y diferencias entre empaque y envase; y el Etiquetado y embalaje.

47. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Código	: MG0706
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VII
HT	: 02
HP	: 02
HL	: 02
Créditos	: 04
Requisito	: MG0505 y MG0605

Propósitos generales

Conociendo la situación financiera de la empresa se pueden realizar las inversiones adecuadas. Es necesario aplicar las mejores estrategias financieras tomando en cuenta la situación económica tanto de la empresa como del entorno micro y macroeconómico tanto de nuestro país como del mundo.

Síntesis

La presente asignatura comprende los siguientes conocimientos básicos, técnicos y principios que permitan comprender una empresa en su gestión económica y financiera, diagnóstico, evolución y control; los estados financieros, análisis interpretación y proyecciones, ajustes a la inflación; los Fondos futuros y capital de trabajo: requerimiento y usos, los fondos de las inversiones a corto plazo: administración y control; la rentabilidad del patrimonio empresarial: análisis y maximización.

48. MARKETING ECOLÓGICO (E)

Código	: MG0707
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VII
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0606

Propósitos generales

Los asuntos ecológicos han tomado una preponderancia bastante grande. El marketing es en este sentido uno orientado a la responsabilidad social ambiental y el alumno de la carrera debe tomar ello en cuenta antes de tomar decisiones sobre en que invertir. Otro tema a ser tomado en cuenta es la medición del impacto ambiental de las estrategias y/o lanzamiento de productos.

Síntesis

Analizar y evaluar cómo a través de la ecología, generar negocios que ayuden a elevar la calidad de vida de los pobladores, a través del trabajo conjunto, cluster zonales o regionales, en los que se estudiará la Ecología, Definición; los Ecosistemas; el Medio Ambiente físico; el Medio Ambiente Económico Empresarial; el Medio Ambiente Tecnológico Empresarial; y el Medio Ambiente Social Empresarial.

49. ANÁLISIS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (E)

Código	: MG0708
Formación	: Formación de Especialidad
Naturaleza del curso	: Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado

Semestre	: VII
HP	: 02
HL	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0607

Propósitos generales

Para desarrollar una buena campaña de comunicación, la empresa global debe conocer como escoger el más adecuado mix de medios que garantice la llegada de los mensajes creados a las audiencias objetivo. El proceso de marketing actual contempla la existencia de medios clasificados como ATL (Clásicos/Masivos) y BTL (Modernos/personalizados). El estudiante de la carrera requiere conocer las ventajas y desventajas de cada uno de ellos para establecer la mejor estrategia de medios.

Síntesis

La asignatura comprende el estudio de los medios de comunicación como elementos claves que permiten el envío de información al consumidor. Este taller teórico práctico, ofrecerá un panorama general de la prensa en nuestro país, la naturaleza del trabajo de prensa, cómo convertir a los medios en aliados empresariales, los voceros de prensa, los eventos de prensa y en general, cómo enfrentar con éxito a los medios.

OCTAVO CICLO

50. MARKETING GLOBAL

Código	: MG0801
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VIII
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0701

Propósitos generales

La definición de Marketing Global incluye la idea que el mercado es el mundo. Desde ese punto de vista, se desarrollan los análisis respectivos en cuanto a donde vender pero también en donde proveerse los insumos o materia prima. El futuro especialista en marketing formado en esta Escuela debe saber manejar estos criterios para colocar el producto en los mercados más competitivos.

Síntesis

La asignatura se inicia estableciendo una visión general del marketing internacional, luego se desarrolla el entorno global de las empresas destacándose el Keiretsu (grupos industriales); posteriormente se determina el entorno cultural del marketing global, se establece la dinámica cultural en la evaluación de los mercados globales. Continúa con costumbres y prácticas de negocios en el marketing global, siguiendo con el entorno político, para posteriormente pasar a un entorno legal internacional; finalmente desarrolla dos puntos fundamentales en la comprensión del marketing internacional como son los mercados en desarrollo y comportamiento del mercado, así como regiones multinacionales de mercado y grupos de mercados.

Esta segunda parte de la asignatura comprende dos líneas de acción específica: primero, la dirección del marketing global y segundo, el contexto corporativo del marketing.

En la dirección del marketing global tendremos como puntos a desarrollar la planificación y la organización, la investigación de mercados globales, el desarrollo de productos de consumo para mercados globales, marketing de productos industriales y de servicios a empresas, sistemas de distribución internacional, mecánica y logística del comercio de exportación, la publicidad y el esfuerzo de promoción globales, venta personal y dirección de personal y fijación de precios en mercados internacionales.

Y en el contexto corporativo del marketing tenemos las necesidades financieras para el marketing global.

51. TALLER DE PUBLICIDAD GLOBAL I

Código	: MG0802
Formación	: Formación de Especialidad
Naturaleza del curso	: Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VIII
HTLL	: 02
HL	: 02
Créditos	: 02
Requisito	: MG0702

Propósitos generales

El concepto actual del marketing comunicacional nos muestra la existencia de diversas herramientas dentro de las cuales figuran entre otras la promoción, las relaciones públicas, el country brand (marca país). Como mezcla promocional el estudiante de marketing debe conocerlas a cada una de estas herramientas y saber crear buenas estrategias promocionales que impacten los mercados globales.

Síntesis

La asignatura comienza estableciendo que la promoción y la publicidad forma parte de la comunicación integral de marketing. En esta primera

asignatura se definirá todos los elementos que están asociados al mix promocional, excluyendo la publicidad que será tomada en la siguiente asignatura.

Luego se desarrollará el proceso de comunicación, el programa promocional, el presupuesto total de promoción, la campaña promocional, reglamentación de las actividades promocionales, promoción de ventas, relaciones públicas y merchandising.

En la actualidad, con la existencia de un efecto de sobre comunicación (mayor cantidad de oferta de medios de comunicación de todo los tipos: escritos, audiovisuales y virtuales), Las organizaciones, las instituciones o empresas, están expuestas en muchas ocasiones, al escrutinio de la prensa, por ello, deben conocerlos, analizarlos y establecer relaciones de confianza con ellos. Las crisis de imagen suelen empezar y magnificarse a partir de los medios de comunicación.

52. TALLER E-MARKETING

Código	: MG0803
Formación	: Formación de Especialidad
Naturaleza del curso	: Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VIII
HTLL	: 02
HL	: 02
Créditos	: 02
Requisito	: MG0601

Propósitos generales

Al haberse globalizado los mercados hoy en día es necesario hacer uso de todos y cada uno de los medios de comunicación utilizables. Es así que en este curso el estudiante va a poner en práctica los conocimientos aprendidos con anterioridad en los demás cursos de la carrera.

Síntesis

Como un medio de comunicación moderno, comprendido dentro de los medios ATL, el e-marketing se convierte en una herramienta de gran importancia por alcance y número de usuarios. Es por ello, que este curso brinda los conocimientos teórico-prácticos para que el alumno pueda elaborar campañas de marketing utilizando éstos.

53. TALLER BRANDING

Código	: MG0804
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VIII
HTLL	: 02

HL : 02
Créditos : 02
Requisito : MG0703

Propósitos generales

La marca es un aspecto muy importante. Es una característica que va a estar unido al producto durante todo el Ciclo de Vida del producto. De allí que es necesario escoger el mejor posible.

Otro elemento relacionado a la Marca es el de la Marca País cuya importancia radica en que va a ser un nombre que va a reforzar a la marca independiente del producto.

Síntesis

La marca es un elemento primordial en la estrategia de producto y dentro de todo el mix de marketing y es por ello que, este curso es también básico para el aprendizaje de la carrera. En esta asignatura el alumno aprenderá a crear y administrar marcas a través del tiempo y saber exactamente cuáles deben ser las estrategias a ser utilizadas durante todo el Ciclo de Permanencia del Producto en el mercado.

54. ADMINISTRACIÓN COMERCIAL II

Código : MG0805
Formación : Formación de Especialidad
Naturaleza del curso : Teórico - Práctico
Nivel de Estudio : Pre-grado
Semestre : VIII
HT : 02
HP : 02
HL : 02
Créditos : 04
Requisito : MG0704

Propósitos generales

En el curso prerrequisito el estudiante aprendió toda la parte relacionada al planeamiento y organización de la Administración de Ventas. En este curso aprenderán a poner operativo todo lo planeado y organizado. Para ello, se deben elaborar estrategias de ventas adecuadas que permitan llegar al mercado global.

Síntesis

La asignatura se inicia teniendo en cuenta las técnicas operativas de ventas. Planeación de ventas, presupuesto, cuotas y territorio de ventas (ruteo). Potencial de ventas, pronósticos y proyección de ventas, métodos. Fundamentos y estrategia de ventas. Costos de ventas. Rentabilidad de ventas. Créditos y cobranzas.

55. TALLER DE ESTRATÉGIA DE PRECIO

Código	: MG0806
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VIII
HTLL	: 02
HL	: 02
Créditos	: 02
Requisito	: MG0705

Propósitos generales

El precio se convierte en un elemento primordial en la estrategia comercial. Desde este punto de vista debemos tomar en cuenta la necesidad de realizar el análisis adecuado para posteriormente establecer el precio adecuado. La característica de taller hace posible que el estudiante ponga en práctica los conocimientos que a fijación de precio se refiere.

Síntesis

Se estudia la definición de precio; Importancia de los precios; Objetivos en la fijación de precios; Factores que influyen en la determinación del precio; El costo; Métodos de fijación de precios; Análisis del punto de equilibrio; Estrategias de determinación de precios; Estrategia de sobrevaloración de precios o de descreme; Estrategia de penetración; Estrategia de fijación de precios por prestigio; Fijación de precios por liderazgo en el precio; Fijación psicológica de precios; Fijación de precios par-impar; Fijación de precios para la línea de productos; Fijación del precio de nuevos productos; Fijación de precios de productos maduros; Fijación de precios de productos en descenso; Administración del precio; Descuentos; Cambios de precio hechos por la empresa; y Reacción ante los cambios de precio de la competencia.

56. FINANZAS GLOBALES

Código	: MG0807
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VIII
HT	: 02
HP	: 02
HL	: 02
Créditos	: 04
Requisito	: MG0706

Propósitos generales

Toda empresa cuando nace requiere de financiamiento, el cual en un primer momento puede ser obtenido de la banca nacional. Posteriormente y conforme la empresa vaya creciendo, puede hacer uso de los mecanismos financieros internacionales los cuales permitan a la empresa el obtener financiamiento cuando sea necesario.

Síntesis

Se estudia la importancia del sistema financiero, el sistema monetario internacional, el mercado de divisas, el mercado cambiaria a plazo, futuro en monedas extranjeras, opciones en monedas extranjeras, modelo general del tipo de cambio a largo plazo, política económica y tipos de cambio, tipo de cambio fijos e intervención del Banco Central, operaciones de tesorería, inflación en las transacciones comerciales, y el cálculo del riesgo de la tesorería.

57. OUTSOURCING GLOBAL (E)

Código	: MG0808
Formación	: Formación de Especialidad
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VIII
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0707

Propósitos generales

La tercerización (outsourcing) es una estrategia de gestión que ha sido muy importante para el crecimiento de muchos países debido a que permite la utilización de empresas especialistas ubicadas en cualquier parte del mundo.

Síntesis

En la asignatura se analiza el significado de la competencia para identificar las claves de los puntos de referencia o puntos de apoyo para optimizar el funcionamiento operativo y estratégico de nuestras organizaciones y el benchmarking minimalista y maximalista que constituyen herramientas extraordinarias de naturaleza estratégica para conquistar los objetivos.

58. POSICIONAMIENTO DE PRODUCTO EN EL MERCADO GLOBAL (E)

Código	: MG0809
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: VIII
HT	: 02

HTLLL : 02
Créditos : 03
Requisito : MG0708

Propósitos generales

Posicionar un producto en el competitivo mercado global implica el crear una estrategia que incluya todo lo bueno del producto. Ello quiere decir que una adecuada estrategia de posicionamiento debe incluir los aspectos más importantes tanto del producto como también de la zona de producción y adicionalmente de la marca país, aspectos que el estudiante de la carrera requiere conocer para aplicarlos adecuadamente.

Síntesis

En un mundo totalmente globalizado y competitivo, nuestro país tiene que buscar la forma de utilizar sus fortalezas para posicionarse adecuadamente en el mercado global. Para ello, debemos de utilizar las herramientas con las que contamos: la Marca País y la Denominación de Origen, conceptos básicos que los alumnos aprenderán a utilizar y a explotar gracias a este curso.

NOVENO CICLO

59. GERENCIA DE MARKETING

Código : MG0901
Formación : Formación de Especialidad
Naturaleza del curso : Teórico - Práctico
Nivel de Estudio : Pre-grado
Semestre : IX
HT : 02
HP : 04
Créditos : 04
Requisito : MG0801

Propósitos generales

Todo estudiante de marketing debe estar preparado para que una vez graduado y, con la experiencia debida, llegar a cargos de gerencia de las diversas diferentes áreas que comprende el marketing. Es por eso que debe aprender los diferentes componentes del Planeamiento Estratégico de Marketing para que llegado el momento sepa que hacer y cómo hacerlo.

Síntesis

La asignatura se inicia planteando los fundamentos básicos de la gerencia

de marketing para luego continuar con el sistema de información de marketing.

Posteriormente continuamos con la determinación del segmento objetivo y el análisis de la cartera de negocios de una empresa a nivel de micro mercado. Estudia también el Plan Estratégico de Marketing y la formulación, difusión y evaluación estratégica del marketing incidiendo preferentemente en el estudio del presupuesto.

60. TALLER DE PUBLICIDAD GLOBAL II

Código	: MG0902
Formación	: Formación de Especialidad
Naturaleza del curso	: Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: IX
HTLL	: 02
HL	: 02
Créditos	: 02
Requisito	: MG0802

Propósitos generales

La publicidad forma parte de la estrategia comunicacional de una empresa. Como tal, debe ser elaborada de forma tal que cumpla con su rol: el de transmitir las características diferenciales de nuestros productos en comparación con la competencia del exterior. Es por eso que el alumno de la carrera debe aprender cómo crear una buena estrategia publicitaria

Síntesis

Esta asignatura se centra en la publicidad y la publicidad no pagada. Se inicia con la naturaleza de la publicidad, objetivos, decisiones sobre el mensaje, decisiones sobre medios, campaña publicitaria, evaluación del esfuerzo publicitario, y finalmente organización de la publicidad.

Luego continúa con la publicidad no pagada, se establece su importancia; formas y técnicas; todo dentro de un contexto global.

61. SIMULADOR DE MARKETING I

Código	: MG0903
Formación	: Formación de Especialidad
Naturaleza del curso	: Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: IX
HTLL	: 02
HL	: 02
Créditos	: 02
Requisito	: MG0803

Propósitos generales

La toma de decisiones es una de las tareas más delicadas de la gestión empresarial. Es así que para evitar problemas y reducir el riesgo de errores el gerente de marketing cuenta con diversos simuladores que le permiten desarrollar posibles escenarios y escoger el más adecuado.

Síntesis

El propósito básico de los simuladores es desarrollar en los participantes las habilidades de dirección y de toma de decisiones, los simuladores tienen el propósito de mostrar los aspectos claves que se deben tomar en cuenta durante las decisiones, considerando tanto los factores internos que lo afectan, así como de las variables más importantes del contexto que influyen en su desempeño. De esta manera, los simuladores permiten mostrar el impacto que causan las decisiones directivas sobre el desempeño global de una empresa.

Durante la simulación se toman decisiones que están relacionadas con la formulación y la ejecución de las principales acciones globales y por área, que los directivos de las empresas llevan a cabo en un contexto de competencia y de cambio en las variables del entorno que las afectan.

Durante el desarrollo de la simulación a los participantes agrupados en equipos de trabajo se les asigna una empresa en una industria determinada. Luego se requiere que los miembros del equipo adopten el papel de un equipo de gerentes a fin que analicen la información del área que les corresponde, y finalmente tomen las decisiones más convenientes que correspondan a la administración del área que tienen a cargo, considerando tanto las decisiones de las demás áreas, así como el objetivo general de la empresa.

62. GERENCIA DE VENTAS GLOBAL

Código	: MG0904
Formación	: Formación de Especialidad
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: IX
HT	: 02
HP	: 04
Créditos	: 04
Requisito	: MG0805

Propósitos generales

La idea de este curso es aplicar los criterios de la Administración de Ventas a nivel mundial. El Gerente de Ventas globales debe conocer el mundo para escoger los mejores puntos de venta y colocar allí los productos que comercializa. El alumno de esta carrera debe estar familiarizado con la forma cómo se debe manejar la empresa a nivel

mundial haciendo énfasis en que para cada mercado deberá tener una diferente estrategia de ventas.

Síntesis

La asignatura se inicia desarrollando aspectos fundamentales sobre la gerencia de ventas, con el propósito de introducir al estudiante en el conocimiento general de la administración estratégica y operativa de las ventas, desde el planeamiento, organización, ejecución y control del proceso comercial; bajo un enfoque global.

63. SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Código	: MG0905
Formación	: Formación de Especialidad
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: IX
HT	: 02
HL	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0806

Propósitos generales

Una empresa que pretenda competir en un mercado global debe saber que debe tener claro que no debe perder tiempo en los pedidos solicitados a sus proveedores. Es así que el profesional en marketing debe saber escoger a los mejores proveedores para los distintos insumos y materias primas los cuales puedan cumplir a tiempo con las respectivas entregas.

Síntesis

Esta asignatura comprende las técnicas que utilizan el área de apoyo y sus relaciones con los demás órganos de la empresa, con la finalidad de proveerlo de bienes y servicios.

Esta previsión se realiza en forma secuencial y organizada, permitiendo que la empresa funcione en forma ininterrumpida.

64. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Código	: MG0906
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: IX
HT	: 02
HL	: 02
Créditos	: 04
Requisito	: MG0807

Propósitos generales

Elaborar proyectos de inversión es una tarea delicada y para eso es necesario conocer la forma como se debe de hacer. El estudiante de marketing no sólo debe estar preparado para elaborar Planes Estratégicos de Marketing sino también Estudios tanto a nivel Pre-Factibilidad y Factibilidad para proyectos de Inversión.

Síntesis

La asignatura está orientada a conocer los aspectos que se determinarían en el desarrollo de los estudios de los proyectos de inversión inicialmente desde la formulación hasta el estudio técnico del mismo. Luego se pasa a tomar en cuenta proyectos con opción de inversión, identificación de posibilidades de inversión, clase de proyectos, ciclo de los proyectos, riesgo e incertidumbre, estudio del mercado, localización e ingeniería del proyecto para promover y crear las condiciones necesarias para ejecutar las inversiones empresariales. También consideramos las Técnicas de Evaluación; TIR; VAN y Costo-Beneficio.

Se formular y evaluará los proyectos de inversión utilizando las técnicas de la pre-inversión, implementación, operación y justificación financieras. Selección de la idea del Proyecto, la investigación del mercado, ingeniería, tecnología, localización, tamaño, inversión, financiamiento y evaluación económica, financiera, social y política de los proyectos de inversión.

65. MARKETING SOCIAL (E)

Código	: MG0907
Formación	: Formación de Especialidad
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: IX
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0808

Propósitos generales

Este curso busca el tratar de desarrollar actividades diseñadas para satisfacer las necesidades de los consumidores y de la sociedad buscando establecer y mantener buenas relaciones públicas con sus diferentes públicos.

Síntesis

El curso tiende a desarrollar habilidades en el alumno en la aplicación de las técnicas del marketing comercial para el análisis, planeamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia objetivo para su bienestar personal y el de su sociedad.

66. KEY ACCOUNT MANAGEMENT (E)

Código	: MG0908
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: IX
HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0809

Propósitos generales

Es importante para una empresa el obtener y mantener una sólida cartera de clientes la cual permita obtener ingresos a través del tiempo. La clave del éxito de una empresa para mantener una buena cartera de clientes en el tiempo es la permanente retroalimentación con sus clientes y darles lo que necesiten.

Síntesis

Para una empresa global es importante mantener a sus clientes satisfechos. Desde este punto de vista, debe saber como clasificar sus cuentas de clientes y de esa forma saber administrarlas. Este curso provee de los conocimientos que van a permitir a los participantes hacer una buena selección y clasificación de los clientes.

DÉCIMO CICLO

67. AUDITORÍA DE MARKETING Y VENTAS

Código	: MG1001
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: X
HT	: 02
HP	: 02
HL	: 02
Créditos	: 04
Requisito	: MG0901

Propósitos generales

El marketing desarrolla actividades que permiten satisfacer necesidades de un mercado determinado. Pero para lograr el éxito de dichas actividades la empresa debe hacer las cosas bien.

La Auditoría al ser un conjunto de técnicas para contrastar lo planeado vs lo realizado, permite conocer si se han desarrollado según lo indicado en los planes y programas diseñados por la gerencia.

Síntesis

La asignatura se inicia repasando los conceptos de control, luego se desarrolla el control del plan anual, control de la rentabilidad y finalmente control de la eficiencia.

Posteriormente ingresamos al campo del control estratégico donde se ubica la auditoría de marketing la cual nos permitirá desarrollar todas las fases del procedimiento de auditoría de marketing, además de determinar todos los componentes que en ella se incluyen como auditoría del ambiente, auditoría de las estrategias, auditoría de la organización del marketing, auditoría de los sistemas de marketing, auditoría de la productividad y auditoría de las funciones de marketing.

68. SIMULADOR DE MARKETING II

Código	: MG1002
Formación	: Formación de Especialidad
Naturaleza del curso	: Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: X
HTLL	: 02
HL	: 02
Créditos	: 02
Requisito	: MG0903

Propósitos generales

Continuando con los simuladores este curso complementa al anterior porque los simuladores tratados en el curso prerequisite solo incluyen los de marketing. Los incluidos en este curso son aquellos de otras áreas como finanzas, logística, etc.

Los alumnos de la carrera van a hacer uso de éstos para complementar mejor la toma de decisiones.

Síntesis

Estos diversos simuladores tratan de ofrecer de manera complementaria al anterior, una intensa práctica de gerenciamiento de negocios en diferentes sectores de la economía, por medio de toma de decisiones estratégicas en las áreas de marketing, finanzas, Recursos Humanos y Responsabilidad Social y que se vinculan con tópicos como análisis de mercado, definición de segmento, diseño de plan de negocios, estrategia de difusión de marca y evaluación de presupuesto, entre otras. A través del manejo integral de cinco marcas de productos virtuales, gestionada mediante software, los equipos deben lograr los objetivos en base al correcto análisis de variables y alternativas posibles y así ganar terreno a

sus competidores y obtener los mejores resultados. Triunfarán quienes obtengan el valor de cotización de mercado más alto para su “acción”.

69. CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT – CRM

Código	: MG1003
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: X
HT	: 02
HP	: 02
HL	: 02
Créditos	: 04
Requisito	: MG0804

Propósitos generales

Desarrollar relaciones con los clientes es fundamental pero no es tarea fácil. El especialista de marketing debe de conquistar clientes y mantenerlos fieles a muestra marca.

Pero no sólo eso, debe de saber crear, administrar y mantener en el tiempo tales relaciones.

Síntesis

Este curso permite al alumno aprender las diversas técnicas que ayudan a desarrollar actividades que conlleven a crear relaciones duraderas con los clientes. En la actual coyuntura de alta competencia, es importante y los alumnos de la carrera deben saber cómo utilizarlo.

70. GERENCIA DE DISTRIBUCIÓN

Código	: MG1004
Formación	: Formación de Especialidad
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: X
HT	: 02
HP	: 02
HL	: 02
Créditos	: 04
Requisito	: MG0905

Propósitos generales

Para escoger los canales de distribución es necesario el conocer las ventajas y desventajas de los diferentes tipos de canales de distribución. Otro aspecto al ser tomado en cuenta a este respecto es lo relacionado a las clases de distribución y así determinar ellos más adecuados.

Síntesis

Se estudiará la naturaleza de los canales de la marketing;
 Funciones de los flujos de los canales de mercadotecnia, niveles de los canales, canales en el sector de servicios; Decisiones sobre el diseño del canal; Selección de los miembros del canal. Motivación de los miembros del canal, evaluación de los miembros del canal, modificación de las condiciones del canal;
 Dinámicas del canal: Sistemas de crecimiento del marketing vertical, crecimiento de los sistemas del marketing horizontal, crecimiento de los sistemas de marketing de multicanal, papeles de las firmas individuales en un canal. Cooperación, conflicto y competencia en el canal; y Administración de los sistemas de menudeo, mayoreo y distribución física.

71. TESIS

Código	: MG1005
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: X
HT	: 02
HTLL	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0906 y MG0507

Propósitos generales

La investigación de un determinado fenómeno o problema de marketing permite al estudiante la creación de nuevo conocimiento y/o la aplicación de alguna de las estrategias estudiadas aplicadas a una determinada realidad. Es importante inculcar la Investigación entre los alumnos de la carrera,

Síntesis

Aplicar la metodología de investigación empleando técnicas múltiples de recolección y análisis de datos para elaborar un Proyecto de investigación; El Proceso de investigación, definición del problema, determinación de objetivos de investigación, variables, hipótesis, recopilación de datos, selección de instrumentos de prueba, diseño de la investigación, elaboración de cuestionarios, evaluación de prueba de cuestionario, codificación y preparación de los datos y prueba de hipótesis.

72. GESTIÓN DE FUERZA DE VENTAS (E)

Código	: MG1006
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: X

HT	: 02
HP	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0907

Propósitos generales

Un estudiante de marketing debe estar preparado para llevar a cabo y/o realizar el seguimiento de las actividades de los vendedores en el campo y determinar hasta que punto se vienen desarrollando adecuadamente. El estudiante debe ser muy cuidadoso en la elaboración de estas actividades para lograr los objetivos empresariales.

Síntesis

Se encarga de la ejecución de los planes y programas, utilizando el análisis, evaluación y control de los resultados; además comprende la selección, formación y entrenamiento, remuneración y motivación del personal de ventas.

73. MARKETING POLÍTICO (E)

Código	: MG1007
Formación	: Formación Profesional
Naturaleza del curso	: Teórico - Práctico
Nivel de Estudio	: Pre-grado
Semestre	: X
HT	: 02
HTLL	: 02
Créditos	: 03
Requisito	: MG0908

Propósitos generales

Como futuro especialista en marketing el estudiante de la carrera debe conocer cómo aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera a una realidad específica como el de la política. Es importante que sepa manejarlo y así poder ejercer su carrera especializándose en esta rama del marketing si así lo desea.

Síntesis

El curso trabaja las técnicas de investigación, planificación, gerenciamiento y comunicación que se utilizan en el diseño y ejecución de acciones estratégicas y tácticas a lo largo de una campaña política, sea ésta electoral o de difusión institucional.