

MALLA CURRICULAR DE LA CARRERA TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL

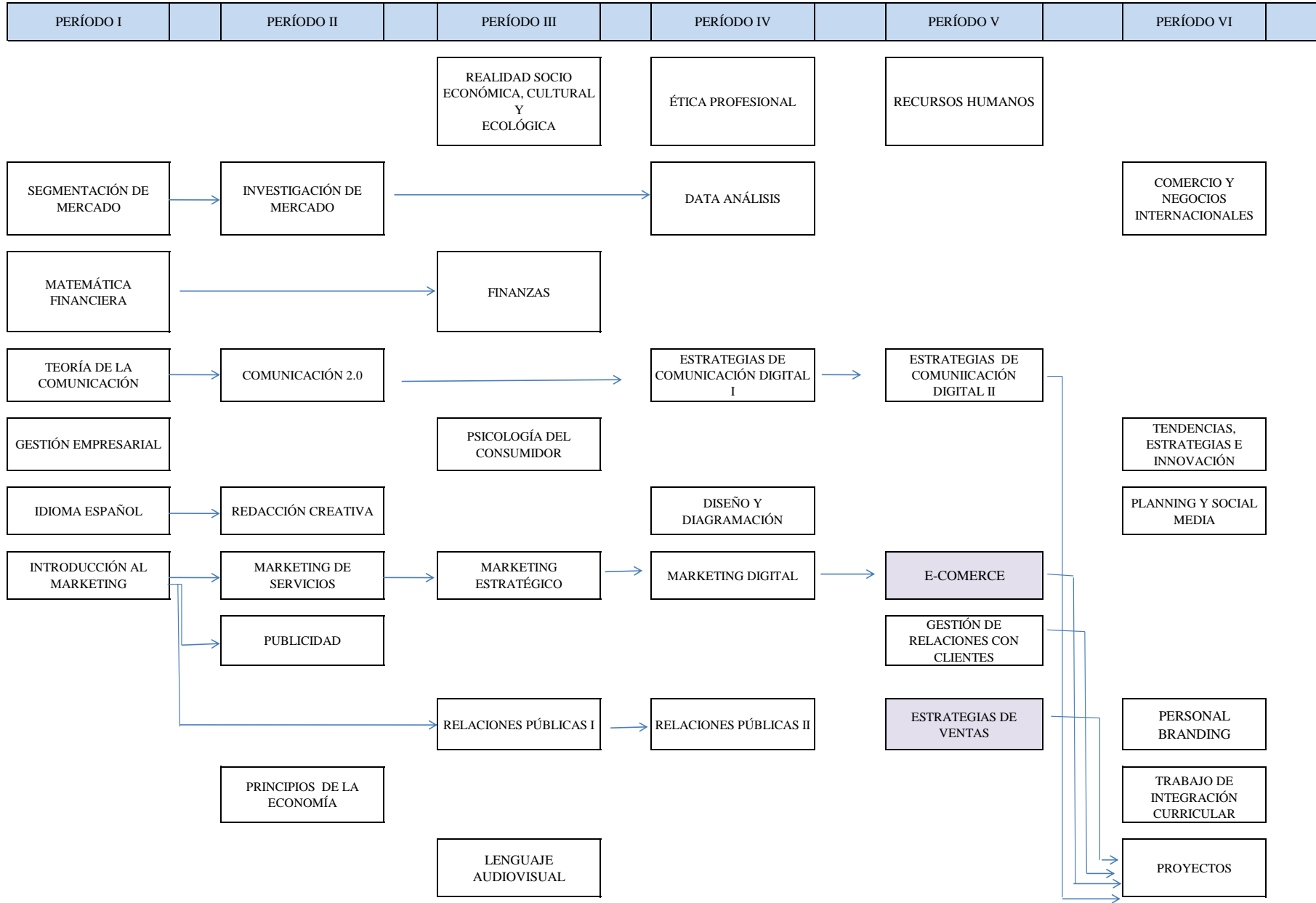
Número total de asignaturas de la malla curricular: 35 asignaturas

UNIDADES DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	PERÍODO I			PERÍODO II			PERÍODO III			PERÍODO IV			PERÍODO V			PERÍODO VI			SUBTOTAL CRÉDITOS CARRERA	SUBTOTAL HORAS CARRERA								
		MATERIA	CRÉDITOS	HORAS	MATERIA	CRÉDITOS	HORAS	MATERIA	CRÉDITOS	HORAS	MATERIA	CRÉDITOS	HORAS	MATERIA	CRÉDITOS	HORAS	MATERIA	CRÉDITOS	HORAS										
BÁSICA	Componente en contacto con el docente																		14	672									
	Componente práctico / experimental																				14	672							
	Componente de aprendizaje autónomo																						14	672					
	Total Asignatura																								14	672			
	Componente en contacto con el docente	Idioma Español		32	Redacción Creativa		32	Psicología del Consumidor		32	Ética Profesional		32															14	672
	Componente práctico / experimental			32			38			10			8																
	Componente de aprendizaje autónomo			32			26			54			56																
	Total Asignatura		2	96		2	96		2	96		2	96																
	Componente en contacto con el docente	Matemática Financiera		32				Realidad socio económica, cultural y ecológica		32																		14	672
	Componente práctico / experimental			58						10																			
	Componente de aprendizaje autónomo			6						54																			
	Total Asignatura		2	96					2	96																			
PROFESIONAL	Componente en contacto con el docente			Investigación de mercado		32				Diseño y diagramación		32	Gestión de Relaciones con Clientes		32	Comercio y Negocios Internacionales		32	61	2928									
	Componente práctico / experimental					32			50			22																	
	Componente de aprendizaje autónomo					32			14			42																	
	Total Asignatura				2	96					2	96		2	96		2	96											
	Componente en contacto con el docente	Gestión Empresarial		48	Principios de la Economía		32	Relaciones Públicas I		32	Relaciones Públicas II		32	E-Commerce		32				61	2928								
	Componente práctico / experimental			48			10			32			22																
	Componente de aprendizaje autónomo			48			54			32			42																
	Total Asignatura		3	144		2	96		2	96		2	96		2	96													
	Componente en contacto con el docente			Publicidad		32	Fundamentos de Finanzas		48	Data Análisis		32	Recursos Humanos		32	Tendencias, Estrategias e Innovación		32	61	2928									
	Componente práctico / experimental					44			42			22																	
	Componente de aprendizaje autónomo					20			54			42																	
	Total Asignatura				2	96		3	144		2	96		2	96		2	96											
	Componente en contacto con el docente	Introducción al Marketing		48	Marketing de Servicios		48	Marketing Estratégico		48	Marketing Digital		32				Planning y social media		32	61	2928								
	Componente práctico / experimental			10			10			10			30																
	Componente de aprendizaje autónomo			86			86			86			34																
	Total Asignatura		3	144		3	144		3	144		2	96																
	Componente en contacto con el docente	Teoría de la comunicación		48	Comunicación 2.0		48				Estrategias de Comunicación digital I		32	Estrategias de Comunicación digital II		32	Proyectos		32	61	2928								
	Componente práctico / experimental			72			72						34																
	Componente de aprendizaje autónomo			24			24						30																
	Total Asignatura		3	144		3	144					2	96		2	96													
	Componente en contacto con el docente	Segmentación del Mercado		32										Estrategias de Ventas		32	Personal Branding		32	61	2928								
	Componente práctico / experimental			29									40																
	Componente de aprendizaje autónomo			35									24																
	Total Asignatura		2	96								2	96					2	96										
INTEGRACIÓN CURRICULAR	Componente en contacto con el docente																	5	240										
	Componente práctico / experimental																			5	240								
	Componente de aprendizaje autónomo																					5	240						
	Total Asignatura																							5	240				
Componente en contacto con el docente																		5	240										
Componente práctico / experimental																				5	240								
Componente de aprendizaje autónomo																						5	240						
Total Asignatura																								5	240				
SUBTOTAL HORAS CARRERA	Componente en contacto con el docente		240			224			224			192			160			256	27							1.296			
	Componente práctico / experimental		249			206			158			186			140			213	24	1.152									
	Componente de aprendizaje autónomo		231			242			290			198			180			251	29	1.392									
			720			672			672			576			480			720	80	3840									
PRÁCTICAS PROFESIONALES				Horas de prácticas de servicio comunitario	1	48	Horas de prácticas de servicio comunitario	1	48	Prácticas laborales	3	144	Prácticas laborales	5	240				2 créd. serv. comun.	96 horas serv. comun.									
																			8 créd. Prác. laborales	384 horas laborales									
HORAS TOTALES POR PERÍODO ACADÉMICO			15	720	15	720	15	720	15	720	15	720	15	720	15	720	90 créditos	4320											

Por cada hora de aprendizaje con el docente se mantiene una relación de 1,96 horas de otros componentes, como lo indica el artículo artículo 30 del Reglamento de Régimen Académico

PRERREQUISITOS Y CORREQUISITOS DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL

A continuación se detalla en forma diagramada los correquisitos y prerrequisitos de las materias en la carrera Tecnología Superior Universitaria en Marketing y Comunicación Digital: Los correquisitos se han marcado con colores iguales por período académico ordinario, entendiendo que las asignaturas que tienen en mismo color son correquisitos la una de la otra. Las asignaturas que tienen una flecha conectan a la asignatura que es prerrequisito para poder tomarla; se entiende que si una asignatura de cualquier ciclo tiene prerrequisito y ésta a su vez tiene también un prerrequisito previo la asignatura del ciclo superior a pesar de solo estar identificada como el prerrequisito del ciclo inmediato anterior, también debe considerar que la asignatura anterior es también prerrequisito para esta materia.



MODALIDADES DE ESTUDIO POR ASIGNATURA EN LA CARRERA TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN
MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL

	ASIGNATURA	NIVEL	MODALIDAD DE ESTUDIOS
1	IDIOMA ESPAÑOL	PRIMERO	EN LÍNEA
2	MATEMÁTICA FINANCIERA	PRIMERO	EN LÍNEA
3	GESTIÓN EMPRESARIAL	PRIMERO	EN LÍNEA
4	INTRODUCCIÓN AL MARKETING	PRIMERO	EN LÍNEA
5	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN	PRIMERO	PRESENCIAL
6	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	PRIMERO	EN LÍNEA
7	REDACCIÓN CREATIVA	SEGUNDO	EN LÍNEA
8	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	SEGUNDO	EN LÍNEA
9	PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA	SEGUNDO	EN LÍNEA
10	PUBLICIDAD	SEGUNDO	EN LÍNEA
11	MARKETING DE SERVICIOS	SEGUNDO	EN LÍNEA
12	COMUNICACIÓN 2.0	SEGUNDO	PRESENCIAL
13	LENGUAJE AUDIOVISUAL	TERCERO	PRESENCIAL
14	PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR	TERCERO	EN LÍNEA
15	REALIDAD SOCIO ECONÓMICA, CULTURAL Y ECOLÓGICA	TERCERO	EN LÍNEA
16	RELACIONES PÚBLICAS I	TERCERO	EN LÍNEA
17	FUNDAMENTO DE FINANZAS	TERCERO	EN LÍNEA
18	MARKETING ESTRATÉGICO	TERCERO	EN LÍNEA
19	ÉTICA PROFESIONAL	CUARTO	EN LÍNEA
20	DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN	CUARTO	SEMI PRESENCIAL
21	RELACIONES PÚBLICAS II	CUARTO	EN LÍNEA
22	DATA ANÁLISIS	CUARTO	EN LÍNEA
23	MARKETING DIGITAL	CUARTO	EN LÍNEA
24	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL I	CUARTO	SEMI PRESENCIAL
25	GESTIÓN DE RELACIONES CON CLIENTES	QUINTO	EN LÍNEA
26	E-COMMERCE	QUINTO	EN LÍNEA
27	RECURSOS HUMANOS	QUINTO	EN LÍNEA
28	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL II	QUINTO	SEMI PRESENCIAL
29	ESTRATEGIAS DE VENTAS	QUINTO	EN LÍNEA
30	COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES	SEXTO	EN LÍNEA
31	TENDENCIAS, ESTRATEGIAS E INNOVACIÓN	SEXTO	SEMI PRESENCIAL
32	PLANNING Y SOCIAL MEDIA	SEXTO	SEMI PRESENCIAL
33	PROYECTOS	SEXTO	SEMI PRESENCIAL
34	PERSONAL BRANDING	SEXTO	EN LÍNEA
35	TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	SEXTO	SEMI PRESENCIAL