

CICLOS	I NIVEL				II NIVEL				III NIVEL				IV NIVEL				V NIVEL				VI NIVEL				VII NIVEL				VIII NIVEL				IX NIVEL												
	D	TP	TA	TH	D	TP	TA	TH	D	TP	TA	TH	D	TP	TA	TH	D	TP	TA	TH	D	TP	TA	TH	D	TP	TA	TH	D	TP	TA	TH	D	TP	TA	TH	D	TP	TA	TH					
CAMPOS DE FORMACIÓN DEL CURRÍCULO	FUNDAMENTOS TEÓRICOS	Fundamentos de Matemática				Matemática Aplicada				Estadística Descriptiva				Estadística Inferencial																															
		Fundamentos de Administración				Fundamentos de Contabilidad				Fundamentos de Marketing																																			
		Fundamentos de Economía				Teoría Microeconómica				Teoría Macroeconómica																																			
		CÁTEDRA INTEGRADORA	Administración Empresarial				Contabilidad Empresarial				Gestión de Talento Humano				Emprendimiento				Administración Estratégica				Gestión Financiera				Encadenamientos Productivos				Valoración de Empresas														
			Comportamiento y Desarrollo Organizacional																				Liderazgo y Técnicas de Negociación				Gestión por Procesos - Sistemas de Calidad				Auditoría de Gestión														
			Derecho Mercantil y Societario																								Dirección Comercial				Relaciones Comerciales Internacionales														
	PRAXIS PROFESIONAL - PRACTICA																																												
EPISTEMOLOGÍA Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	Epistemología de la Investigación				Metodología de la Investigación																																								
INTEGRACIÓN DE SABERES, CONTEXTOS Y CULTURA	Realidad Socioeconómica, Cultural y Ecológica				Derecho Constitucional - Formación Ciudadana																																								
COMUNICACIÓN Y LENGUAJES	Lenguaje y Comunicación																																												
SUFICIENCIA EN INGLÉS Art. 30 Reglamento de Régimen Académico.																																													
TOTAL HORAS	800				800				800				800				800				800				800				800				800												
PORCENTAJE	33%				33%				33%				33%				33%				33%				33%				33%																
TOTAL MALLA	7200																																												

NÚCLEOS BÁSICOS										PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES Y VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD		FUNDAMENTOS TEÓRICOS (9 asignaturas)		EPISTEMOLOGÍA Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN (7 asignaturas)		
MATEMÁTICAS (4 asignaturas)	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN EMPRESARIAL (19 asignaturas)	ÉTICA (1 asignatura)	PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES (3 asignaturas)	CIENCIAS ECONÓMICAS (6 asignaturas)	DERECHO (3 asignaturas)	LINGÜÍSTICA APLICADA (4 asignaturas)	ITINERARIO ACADÉMICO A ELECCIÓN (6 asignaturas)	INTEGRACIÓN DE SABERES (2 asignaturas)	ECONOMÍA SOCIAL (2 asignaturas)	INTEGRACIÓN DE SABERES, CONTEXTOS Y CULTURA (7 asignaturas)	SUFICIENCIA EN INGLÉS	Integración de saberes, contextos y cultura (7 asignaturas)	Simuladores de Negocios	Praxis Profesional (27 asignaturas)	Epistemología y Metodología de Investigación (7 asignaturas)	Comunicación y Lenguajes (4 asignaturas)
PERIODOS	Asignaturas	Total horas	Horas de docencia	Horas de práctica-aplicación	Horas de trabajo autónomo	Horas de titulación	Horas de Prácticas Pre-Profesionales	Msc Liliana Montenegro VICERECTORA		Eco. Mike Coral DIRECTOR ACADÉMICO		* La organización del aprendizaje es de 1.5 horas				
9	54	7200	2560	1280	2560	400	400									

ASIGNATURAS QUE APORTAN A LAS PRACTICAS PRE PROFESIONALES		
SEPTIMO NIVEL	OCTAVO NIVEL	NOVENO NIVEL
Gestión Financiera	Encadenamientos Productivos	Valoración de Empresas

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DEL EXAMEN COMPLEXIVO COMO OPCIÓN DE TITULACIÓN						
NIVEL	ASIGNATURA	Horas docencia	Horas docencia colaborativa	Horas práctica-aplicación	Horas trabajo autónomo	TOTAL
Séptimo	Trabajo final de Grado I	20	12	16	32	80
Octavo	Trabajo final de Grado II	60	36	48	96	240
Noveno	Trabajo final de Grado III	20	12	16	32	80
TOTALES		100	60	80	160	400

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO PARA EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN COMO OPCIÓN DE TITULACIÓN						
NIVEL	ASIGNATURA	Horas docencia	Horas docencia colaborativa	Horas práctica-aplicación	Horas trabajo autónomo	TOTAL
Séptimo	Trabajo final de Grado I	12	20	16	32	80
Octavo	Trabajo final de Grado II	36	60	48	96	240
Noveno	Trabajo final de Grado III	12	20	16	32	80
TOTALES		60	100	80	160	400

DESCRIPCIÓN DE LAS VENTAJAS DE FORMACIÓN DE PERFIL DE EGRESO DE LOS ITINERARIOS

Desarrollo Económico Social	Es importante que los estudiantes conozcan las implicaciones del desarrollo Económico y social, puedan conocer las capacidades de los países o regiones para crear riqueza, con el fin de promover y mantener la prosperidad y bienestar económico y social de sus habitantes	ITINERARIO ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA
Organización Comunitaria y Comercio Justo	Es necesario que en la zona se promueva el comercio justo , especialmente, los pequeños productores comunitarios asociados. Solo de esta manera, se contribuye al desarrollo sostenible de estos productores marginados, ofreciéndoles mejores condiciones en sus ventas externas y garantizando sus derechos. La formación de los estudiantes en estos temas compromete activamente apoyar a los productores, a sensibilizar a la opinión pública y llevar a cabo campañas en favor de cambios en las normas y prácticas del comercio convencional.	
Proyectos Comunitarios Socio Productivos	Los proyectos socioproductivos son estrategias metodológicas que dinamizan, integran e interrelacionan campos, áreas y disciplinas, posibilitando el abordaje didáctico de los saberes y conocimientos de forma articulada en los procesos educativos. Es de vital importancia que docentes y estudiantes conozcan las orientaciones metodológicas en el desarrollo de estos proyectos y vincularlos con la comunidad. Además desarrollar acciones conjuntas en el marco de parámetros establecidos tales como: tiempo, costo, recursos y calidad. Implica la creación de capacidades, y/o productos materiales.	
Gerencia de Marca	Es importante que el administrador de empresas tenga un sólido conocimiento en la gerencia de marca, es decir, estudie el posicionamiento de Marca, el proceso a través del cual, una empresa ofrece su(s) marca(s) ubicándolas en la mente del consumidor, el proceso de creación y gestión de marcas, es decir, desarrollar y mantener el conjunto de atributos y valores de una marca de manera tal que sean coherentes, apropiados, distintivos, susceptibles de ser protegidos legalmente y atractivos para los consumidores	ITINERARIO MARKETING
Marketing Digital	En la actualidad es importante que el profesional en Administración de Empresas tenga sólidos conocimientos en Marketing Digital u On-line, en las técnicas del uso de internet para publicitar y vender productos y servicios, como complemento específico a futuro de un profesional de marketing.	
Relaciones Publicas	Las Relaciones Públicas se han convertido en una frase de uso común. Sin embargo las relaciones públicas representan una parte importante dentro del arsenal de comunicación de una empresa, cualquiera que sea ésta. Las relaciones públicas encuentran su razón de ser ya que tienen como objetivo gestionar la comunicación entre una empresa u organización y un público clave para cuidar y mantener una imagen positiva.	

MSC. LILIANA MONTENEGRO
PRESIDENTA DE LA COMISIÓN ACADÉMICA

ECO. MIKE CORAL
DIRECTOR ACADÉMICO