



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL CIBAO ORIENTAL (UTECO)

Sembrando oro para forjar el futuro

Del Consejo de Académico

Resolución No. CA-053-2024

- Considerando :** Que la Universidad Tecnológica del Cibao Oriental (UTECO) es la institución de servicio público sin fines de lucro, creada para coadyuvar al progreso económico, social y cultural del país, al mejoramiento de la calidad de vida de la población dominicana, y a la conservación del patrimonio espiritual, cultural e histórico de la nación, a través de la educación superior, la investigación, la creación y difusión del conocimiento científico y tecnológico.
- Considerando :** Que la Universidad Tecnológica del Cibao Oriental (UTECO), es una institución de educación superior, pública y estatal regida por la Ley 236-14, la cual por los últimos cuarenta y dos (42) años ha venido trabajando de manera ininterrumpida en el cumplimiento de los objetivos fundamentales para lo que fue creada. Además, su quehacer debe estar alineado con el marco legal de las instituciones públicas
- Considerando :** Que el Consejo Académico es el organismo responsable de conocer y aprobar los programas de estudios y sus modificaciones en cualquiera de los grados que ofrezca la UTECO.
- Considerando :** Que dentro de su oferta académica, la UTECO incluye carreras o programas del nivel técnico superior, grado y postgrado.
- Considerando :** Que el MESCyT emitió el 01 de octubre del año 2024 la **carta de NO Objeción mediante la disposición MESCyT/ DESP-2618- 2024** para la ejecución del Plan de Estudio de la Licenciatura en Marketing Concentración Marketing Digital.
- Vista:** La carta de NO Objeción emitida mediante la disposición **MESCyT/ DESP-2618- 2024** de fecha 01 de octubre del año 2024.
- Oído :** El parecer de los señores miembros del Consejo Académico en sesión ordinaria de fecha viernes 25 de octubre del año dos mil veinticuatro (2024), consideran que el Plan de Estudio de la Licenciatura en Marketing Concentración Marketing Digital cumple

H.V.
[Signature]
[Signature]
JAG
CAP
[Signature]
[Signature]
[Signature]
[Signature]





UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL CIBAO ORIENTAL (UTECO)

Sembrando oro para forjar el futuro

con todas las formalidades y requisitos para ser puesto en ejecución e integrarlo a la oferta académica de la Universidad, tal como se hace constar en el acta 016-2024.


En ejercicio de las funciones que confiere el artículo 24 de la Ley 236-14 promulgada el dieciséis (16) del mes de julio del año dos mil catorce (2014) y el Artículo 14 del Reglamento Académico de grado aprobado mediante Resolución CR-009-2022 de fecha 11 de agosto del 2022

Resuelve

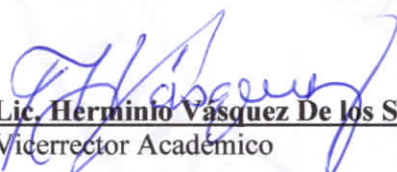
Artículo uno : Aprobar como al efecto aprueba, el Plan de Estudio de la Licenciatura en Marketing Concentración Marketing Digital aprobado por el MESCyT mediante carta de **NO Objeción MESCyT/ DESP-2618- 2024** de fecha 01 de octubre del año 2024, poner en ejecución e integrar a la oferta académica de la Universidad.


Dado en Cotuí, Provincia Sánchez Ramírez a los veinticinco (25) días del mes octubre del año dos mil veinticuatro (2024).

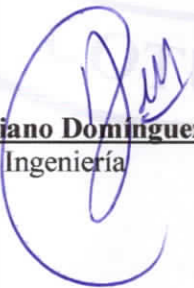
Firmado


Ing. Marilyn Yvonne del Carmen Díaz
Rectora




Lic. Herminio Vásquez De los Santos
Vicerrector Académico


Licda. Carmen Lidia Fabián H.
Decana de la Facultad de Ciencias y Humanidades


Ing. Juan Antonio Graciano Domínguez
Decano de la Facultad de Ingeniería y Recursos Naturales


Dr. Antonio Rosario Gómez
Decano de Investigación

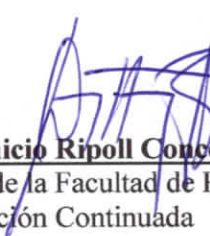

Licda. Alba Yanet Tineo Moscoso
Decana Interina de Extensión


Licda. María Cristina Jiménez
Decana de Admisiones y Registro

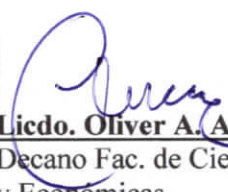


UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL CIBAO ORIENTAL (UTECO)

Sembrando oro para forjar el futuro


Dr. Dionicio Ripoll Concepción
Decano de la Facultad de Postgrado
y Educación Continuada




Licdo. Oliver A. Aquino
Decano Fac. de Ciencias Jurídicas
y Económicas





UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL CIBAO ORIENTAL, UTECO

Avenida Universitaria No. 100, Cotuí provincia Sánchez Ramírez, República Dominicana

RNC:404-00059-6

Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas

Pensum Licenciatura en Marketing Concentración Marketing Digital, Aprobado mediante carta de NO objeción del Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología No. MESCyT/DESP-2618-2024 de fecha 01 de octubre 2024 y Resolución del Consejo Académico No. CA-053-2024 de fecha 25 de octubre del año 2024.

PRIMER TRIMESTRE								
CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CHF-001	Introducción Estudio Universitario	01	01	4	2	24	30	
CHF-003	Comunicación I	04	04	16	8	96	120	
CHF-005	Matemática Básica I	05	05	20	10	120	150	
CJM-101	Mercadotecnia I	04	04	16	8	96	120	
CHF-007	Inglés Básico	02	02	8	4	48	60	
CHF-010	Medio Ambiente y vida	02	02	8	4	48	60	
Total		18	18	72	36	432		
SEGUNDO TRIMESTRE								
CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CHF-008	Tecnología de la Información Comunicación (Tics)	04	04	16	8	96	120	
CJM-102	Mercadotecnia II	03	03	12	6	72	90	CJM-101
CJN-101	Inglés Técnico	03	03	12	6	72	90	CHF-007
CHF-114	Educación Constitucional	03	03	12	6	72	90	

Handwritten notes and signatures on the right margin, including initials like 'H.V.', 'JAG', 'ELF', 'AP', and 'M'.



CHF-009	Psicología General	03	03	12	6	72	90	
Total		16	16	64	32	384		

TERCER TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	HT	PRE-REQ
CHF-011	Ética profesional	02	02	8	4	48	60	
CHF-018	Introducción a la economía	03	03	12	6	72	90	
CJA-101	Administración de Empresas	04	04	16	8	96	120	
CHF-015	Introducción a la estadística	04	04	16	8	96	120	CHF-005
CJC-101	Contabilidad General I	04	04	16	8	96	120	CHF-005
Total		17	17	68	34	408		

CUARTO TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	HT	PRE-REQ
CJM-104	Publicidad I	03	03	12	6	72	90	CJM-101
CHF-027	Metodología de la investigación Científica	03	03	12	6	72	90	
CJA-107	Administración de Ventas I	03	03	12	6	72	90	CJM-101
CJC-102	Contabilidad General II	04	04	16	8	96	120	CJC-101
	Curso de Excel							
Total		13	13	52	26	390		

QUINTO TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJM-105	Publicidad II	03	03	12	6	72	90	CJM-104
CJA-108	Administración de Ventas II	03	03	12	6	72	90	CJA-107



CJM-106	Investigación de mercado	03	03	12	6	72	90	CHF-027
CJC-105	Contabilidad de Costo I	04	04	16	8	96	120	CJC-102
CHD-131	Derecho Laboral	03	03	12	6	72	90	
Total		16	15	60	30	360	450	

SEXTO TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJM-126	Marketing Digital	04	04	16	8	96	120	CJM-104
CHU-015	Matemática Financiera I	04	04	16	8	96	120	CHF-005
CHD-161	Derecho Comercial	03	03	12	6	72	90	
CJA-111	Presupuesto empresaria I	03	03	12	6	73	90	CJA-101
Total		14	15	60	30	361		

SEPTIMO TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJA-125	Emprendimiento	02	02	8	4	48	60	CJA-101
CJM-103	Comportamiento del consumidor I	03	03	12	6	72	90	CHF-009
CJM-107	Promoción y Técnicas de Ventas	03	03	12	6	72	90	CJA-107
CJM-125	Gestión de Redes Sociales	03	03	12	6	72	90	CJM-105
	Curso de Community Manager							
Total		11	12	48	24	288		

OCTAVO TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJM-108	Campaña publicitaria	04	04	16	8	96	120	CJM-105
CJA-106	Administración Financiera I	03	03	12	6	72	90	CJC-102



CHU-108	Análisis Estadístico	04	04	16	8	96	120	CHF-015
CJM-124	Diseño Gráfico Publicitario	04	03	16	8	96	120	
Total		15	15	60	30	360		

NOVENO TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJA-114	Administración Estratégica	03	03	12	6	72	90	CJA-101
CJA-110	Técnica y Elab. de Proyectos	03	03	12	6	72	90	CJA-101
CJA-116	Introducción a los Negocios Internacionales	02	02	8	4	48	60	CHF-018
CJM-109	Mercadeo de servicios	03	03	12	6	72	90	CJM-102
CJM-123	Comercio Electrónico	03	03	12	6	72	90	
	Curso de Oratoria							
Total		14	14	60	30	360		

H. V.
 JAG
 CLF
 m
 BA

DECIMO TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJM-111	Comportamiento de consumidor II	03	03	12	6	72	90	CJM-103
CJM-121	Sociología de la comunicación	03	03	12	8	72	90	
CJM-122	Sistema de Información de Marketing	03	03	12	6	72	90	CHF-008
CJM-110	Relaciones Publicas	03	03	12	6	72	90	CJM-105
CJM-115	Desarrollo de Nuevos Productos	03	03	12	6	72	90	CJM-102
Total		15	15	60	32	360		

JAG



DECIMO PRIMER TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJM-112	Lanzamiento de productos	03	03	12	6	72	90	CJM-108
CHF-113	Técnica y Elaboración de tesis	03	03	12	6	72	90	CHF-027
CJM-113	Estrategia de mercado y Plan de Mercadeo	03	03	12	6	72	90	CJA-110
CJM-116	Mercadeo internacional	03	03	12	6	72	90	CJM-102
CJM-119	Marketing Relacional	02	02	8	4	48	60	
Total		14	14	56	28	336		

DECIMO SEGUNDO TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJM-114	Estudio de mercado	03	03	12	6	72	90	CJM-116
CJM-117	Gerencia de mercadeo	03	03	12	6	72	90	
CJM-120	Gerencia de marca	02	02	8	4	48	90	
Total		08	08	32	16	192		

DECIMO TERCERO TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJM-118	Marketing Político	03	03	12	6	72	90	CJM-108
	Trabajo Final de Grado	06						
Total		09	03	12	6	72		
TOTAL ASIGNATURA							57	
TESIS DE GRADO							06	
CRED	TOTAL DE CREDITOS						180	



HG	TOTAL GENERAL CREDITOS	180
HP	HORAS PRESENCIALES	704
HIV	HORAS INTERACCION VIRTUAL	354
HI	HORAS DE ESTUDIO INDEPENDIENTE	4,303
TH	TOTAL HORAS	5,717



Título a Otorgar: Licenciado en Marketing Concentración Marketing Digital.

Pasantía: 180 horas, se requiere el 70% de los créditos aprobados

Cursos obligatorios

Los estudiantes de la licenciatura de mercadeo deberán realizar tres cursos como requisito de graduación los cuales deberán impartirse durante el recorrido de la Carrera.

Esos cursos irán dirigido a fortalecer los conocimientos transversales y las competencias de los egresados de la carrera de Mercadeo, serán incluidos dentro del Plan de Estudio.

Durante el transcurso de la carrera algunos de los cursos podrían ser cambiados según lo demande la realidad del entorno.

Los cursos obligatorios son Excel para mercadólogo, Fundamento de Community Manager y oratoria lo cuales serán impartido a través de la división de educación continuada de la institución.

Handwritten notes and signatures in blue ink on the right margin, including '7H-V', 'JAG', 'CLF', 'AR', 'm', 'vri', and a signature.



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA

MINISTERIO EDUCACIÓN SUPERIOR,
CIENCIA Y TECNOLOGÍA

MESCYT-DESP-2618-2024

1 de octubre del 2024

Ingeniera

Marilyn Díaz Pérez

Rectora de la Universidad Tecnológica del Cibao Oriental, UTECO

Su Despacho

Distinguida Rectora:

Tengo a bien remitirle el informe técnico ejecutivo del plan de estudio de la Licenciatura en Marketing Concentración Marketing Digital, sometido por esa institución, el cual se ajusta a lo establecido en la Ley 139-01 de Educación Superior, Ciencia y Tecnología.

En consecuencia, este Ministerio le comunica la NO OBJECCIÓN para la ejecución del referido Plan de Estudio y su incorporación al Sistema Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología.

Aprovecho la ocasión para saludarla con sentimiento de alta consideración.


Dr. Franklin García Fermín
Ministro

FG/Fm





GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA

MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR,
CIENCIA Y TECNOLOGÍA
VICEMINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR
DIRECCIÓN DE CURRÍCULUM
Departamento de Grado
Departamento de Diseño Curricular

**LISTADO DE PLANES DE ESTUDIOS DE GRADO DEL PILOTO CNC
INFORME TÉCNICO EJECUTIVO**

	IES	FAMILIA	PLAN DE ESTUDIO	NIVEL	ESTADO
	Universidad Tecnológica Del Cibao Oriental (UTECO)		LICENCIATURA EN MARKETING CONCENTRACIÓN MARKETING DIGITAL	Grado	Rediseño
COMISIÓN EVALUADORA:			Mtro. Israel Contreras, Director de Curriculum Mtro. José Pérez De La Cruz, Encargado Dpto. Diseño Curricular Mtra. Amelia Soto, Encargada Interina Dpto. de Grado		
EVALUADOR CURRICULAR:			Técnicos de Barcelona y técnicos del Mescyt.		
REVISADO POR:			Mtro. Israel Contreras Mtro. José Pérez De La Cruz Mtra. Amelia Soto,		
FECHA:			Miércoles 7 de agosto, 2024.		

Introducción

Dando cumplimiento a la Ley de educación Superior, Ciencia y tecnología 139-01, el Reglamento de Instituciones de Educación Superior (IES) y el Reglamento del Nivel de Grado y demás normativas vigentes se ha elaborado el presente informe ejecutivo.

En el mes de julio, la Universidad Tecnológica Del Cibao Oriental (UTECO), introdujo ante el Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCyT), una propuesta de Diseño de la LICENCIATURA EN MARKETING CONCENTRACIÓN MARKETING DIGITAL , en

(presencial, semipresencial, a distancia, otras) para su evaluación, consideraciones técnicas y posterior aprobación.

Este informe ejecutivo ha sido el resultado de una revisión y evaluación rigurosa de los planes de estudio del piloto del catálogo nacional de cualificaciones, presentada por las **Instituciones de Educación Superior (IES)**, el cual fue realizado por la comisión del equipo de técnicos de la Dirección de Curriculum, a partir de las evidencias documentales presentadas por las IES y de las visitas técnicas realizadas por dicha comisión a sus instalaciones. A tales fines se ha otorgado una valoración **FAVORABLE**.

La valoración del mismo se ha realizado como sigue a continuación:

- I. **Valoración Global del documento.** El documento en su conjunto puede recibir dos tipos de valoraciones:
 - a. **Favorable.** Cumple con todos los requerimientos establecidos en las normativas y las guías diseñadas para tales fines y, por lo tanto, todos sus elementos han recibido la valoración de Favorable.
 - b. **Parcialmente.** Cumple con algunos de los requerimientos establecidos, pero hay elementos cuya calificación no ha alcanzado el nivel de favorable y que deben ser corregidos.
- II. **Valoración de cada elemento.** Cada elemento puede recibir cuatro valoraciones:
 - a. **Favorable.** Indica que este elemento cumple totalmente con los requerimientos establecidos.
 - b. **Favorable con observaciones.** Indica que el elemento cumple con lo requerido, pero se le hacen sugerencias en algún aspecto de dicho elemento.
 - c. **Parcialmente.** Indica que hay subelementos que es necesario corregir o mejorar.
 - d. **Desfavorable.** Indica que el elemento y las subelementos que lo componen deben ser corregidos o mejorados en su totalidad.

Como resultado de la aplicación del procedimiento anterior se emite el presente informe con las valoraciones siguientes:

	FAVORABLE	PARCIALMENTE
VALORACIÓN GLOBAL DEL PLAN DE ESTUDIO	X	

Resumen de las valoraciones por elemento del plan de estudio:

VALORACIÓN POR ELEMENTO	Valoración			
	Favorable	Favorable con Observaciones	Parcialmente	Desfavorable
1. Datos Generales	X			
2. Descripción del plan de estudio	X			
3. Aspectos Institucionales	X			
4. Antecedentes	X			
5. Justificación	X			
6. Objetivos del Plan de Estudio	X			
7. Perfil y Requisitos de Ingreso, egreso, permanencia y graduación	X			
8. Entorno y campo de ejercicio profesional	X			
9. Planificación Curricular	X			
10. Gestión Estudiantil	X			
11. Personal Académico y Administrativo	X			
12. Componentes de Formación (General, Especializada y Práctica).	X			
13. Recursos Generales	X			
14. Sistema de Garantía de Calidad	X			

1. Datos Generales

Favorable Favorable con Observaciones Parcialmente Desfavorable

Justificación de la valoración otorgada:

El plan de estudio presenta una sección de Datos generales con las informaciones requeridas por la Guía del Nivel de Grado (Guía Grado).

2. Descripción del plan de estudio

Favorable Favorable con Observaciones Parcialmente Desfavorable

Justificación de la valoración otorgada:

La introducción del plan de estudio muestra una descripción amplia de dicho plan, así como lo que persiguen la IES con el desarrollo de este programa y en este se citan los acuerdos de cooperación y colaboración con empresas, instituciones, hospitales y centros de salud para la implementación del plan de estudio. En la introducción se plantea la competencia general del perfil del egresado de la carrera del plan de estudio.

3. Aspectos Institucionales

Favorable Favorable con Observaciones Parcialmente Desfavorable

Justificación de la valoración otorgada:

El plan de estudio presenta su filosofía, así como su misión, visión y valores institucionales justificando la coherencia del plan de estudio para el desarrollo del programa.

4. Antecedentes

Favorable Favorable con Observaciones Parcialmente Desfavorable

Justificación de la valoración otorgada:

El plan de estudio muestra un recorrido por la evolución de las respectivas carreras en el país y algunas de las ofertas de formación en el área ofrecidas por instituciones de educación superior. También en el contexto internacional. Así mismo, describe la justificación del plan de estudio.

5. Justificación

Favorable Favorable con Observaciones Parcialmente Desfavorable

Justificación de la valoración otorgada:

El plan de estudio es coherente con la filosofía de cada institución. El programa abarca los contenidos necesarios para satisfacer la demanda actual de profesionales calificados y especializados en sus respectivos campos.

Además, se presentan estadísticas y proyecciones de la factibilidad y de las plazas de trabajo. Se aborda correctamente la justificación en el plan de estudio.

6. Objetivos del Plan de Estudio

Favorable Favorable con Observaciones Parcialmente Desfavorable

Justificación de la valoración otorgada:

El plan de estudio presenta un perfil basado en competencias que contiene la Competencia General del Plan, Competencias Genéricas y Específicas, así como el campo de ejercicio profesional del egresado de las respectivas carreras.

7. Perfil y Requisitos de Ingreso, egreso, permanencia, convalidación y graduación

Favorable Favorable con Observaciones Parcialmente Desfavorable

Justificación de la valoración otorgada:

El plan de estudio presenta un perfil basado en competencias que contiene la Competencia General del Plan, Competencias Genéricas y Específicas, así como los requisitos de ingreso, egreso, permanencia, convalidación, permanencia y graduación, según el Reglamento del Nivel de Grado.

8. Entorno y campo de ejercicio profesional

Favorable Favorable con Observaciones Parcialmente Desfavorable

Justificación de la valoración otorgada:

El plan de estudio presenta un apartado detallado del entorno y campo de ejercicio profesional del egresado de las respectivas carreras, así como un listado de los puestos según el CNO del CNC, según el Reglamento del Nivel de Grado.

9. Planificación Curricular

Favorable Favorable con Observaciones Parcialmente Desfavorable

Justificación de la valoración otorgada:

El plan de estudio se encuentra dentro del rango establecido en la guía del Diseño de Planes de Estudio del Nivel de Grado, ya que están dentro del rango de la cantidad de créditos normados en esta guía. La Institución presenta en el plan el pensum y los programas de asignaturas con los principales componentes descritos por la Guía del Nivel de Grado vigente, el pensum está dividido en bloques: Formación general, formación del área transversal y formación especializada. Los ciclos de formación y los créditos de las prácticas profesionales se han distribuido acorde a los planeado en la Guía de Grado para el Piloto del MNC.

Los programas de asignaturas guardan relación con la estructura del enfoque por competencia partiendo del perfil de egreso, la asociación de los Resultados de aprendizaje (RA) a cada competencia y los Criterios de Evaluación (CE) de cada RA en específico.

El diseño curricular planteado por la IES en este plan de estudio está acorde a los reglamentos y guías de diseño establecidos para tales fines.

10. Gestión Bienestar Estudiantil

Favorable Favorable con Observaciones Parcialmente Desfavorable

Justificación de la valoración otorgada:

La institución presenta los requisitos de admisión, permanencia y graduación, así como las competencias previas requeridas a los ingresantes. Se presenta los procedimientos de convalidación de asignaturas transferencias. Se presentan los procesos de acciones tutoriales y de nivelación que desarrollan la IES con los aspirantes a ingresar a la carrera.

11. Personal Académico y Administrativo

Favorable Favorable con Observaciones Parcialmente Desfavorable

Justificación de la valoración otorgada:

En el plan de estudio en cuestión, se presenta la información y documentación que avalan la experiencia académica y profesional del personal docente. Se presentan los documentos que sirve de evidencias de la formación del cuerpo docente. La IES incluye una relación de las autoridades, personal administrativo y de apoyo implicado en el desarrollo del Plan de estudio. Además, se incluye las plantillas del personal docente.

12. Componentes de Formación (General, Especializada y Práctica)

Favorable Favorable con Observaciones Parcialmente Desfavorable

Justificación de la valoración otorgada:

En el plan de estudio en cuestión, se presenta la información sobre los componentes de formación y sus porcentajes, según lo exigido por la guía del Nivel de Grado.

13. Recursos Generales para la Implementación del Plan de Estudios

Favorable Favorable con Observaciones Parcialmente Desfavorable

Justificación de la valoración otorgada:

Mediante visita técnica realizada a la institución se constató que cuentan con todos los recursos necesarios para la implementación de este plan de estudio. Este punto está bien estructurado con bastante información de las aulas, biblioteca y recursos con cuenta cada IES para desarrollar sus respectivos Planes de Estudio. Cada plan presenta información de los laboratorios con que se cuenta las IES para desarrollar las competencias específicas de los perfiles de egreso. Se describe también de manera correcta la plataforma de gestión académica y la infraestructura de TICs disponible para estudiantes y académicos.

Así mismo, se presentan evidencias de acuerdos y convenios con centros de trabajo para el uso de equipos y áreas para la implementación del plan de estudio.

14. Sistema de Garantía de la Calidad

Favorable Favorable con Observaciones Parcialmente Desfavorable

Justificación de la valoración otorgada:

El plan de estudio presenta una estructura con un óptimo planteamiento del Sistema de Garantía de Calidad cumpliendo con lo establecido en la Guía del Nivel de Grado. Cada institución describe el sistema de garantía de calidad con que cuenta, las unidades responsables y los procedimientos y mecanismos que implementan para ello.

13.7 PENSUM

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL CIBAO ORIENTAL

**Avenida Universitaria No. 100, Cotuí PROVINCIA SÁNCHEZ RAMÍREZ,
REPUBLICA DOMINICANA**

RNC:404-00059-6

Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas

Pensum Licenciatura en Mercadeo

PRIMER TRIMESTRE								
CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CHF-001	Introducción Estudio Universitario	01	01	4	2	24	30	
CHF-003	Comunicación I	04	04	16	8	96	120	
CHF-005	Matemática Básica I	05	05	20	10	120	150	
CJM-101	Mercadotecnia I	04	04	16	8	96	120	
CHF-007	Inglés Básico	02	02	8	4	48	60	
CHF-010	Medio Ambiente y vida	02	02	8	4	48	60	
Total		18	18	72	36	432		

SEGUNDO TRIMESTRE								
CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CHF-008	Tecnología de la Información Comunicación (Tics)	04	04	16	8	96	120	
CJM-102	Mercadotecnia II	03	03	12	6	72	90	CJM-101
CJN-101	Inglés Técnico	03	03	12	6	72	90	CHF-007
CHF-114	Educación Constitucional	03	03	12	6	72	90	
CHF-009	Psicología General	03	03	12	6	72	90	
Total		16	16	64	32	384		

TERCER TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	HT	PRE-REQ
CHF-011	Ética profesional	02	02	8	4	48	60	
CHF-018	Introducción a la economía	03	03	12	6	72	90	
CJA-101	Administración de Empresas	04	04	16	8	96	120	
CHF-015	Introducción a la estadística	04	04	16	8	96	120	CHF-005
CJC-101	Contabilidad General I	04	04	16	8	96	120	CHF-005
Total		17	17	68	34	408		

CUARTO TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	HT	PRE-REQ
CJM-104	Publicidad I	03	03	12	6	72	90	CJM-101
CHF-027	Metodología de la investigación Científica	03	03	12	6	72	90	
CJA-107	Administración de Ventas I	03	03	12	6	72	90	CJM-101
CJC-102	Contabilidad General II	04	04	16	8	96	120	CJC-101
	Curso de Excel							
Total		13	13	52	26	390		

QUINTO TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJM-105	Publicidad II	03	03	12	6	72	90	CJM-104
CJA-108	Administración de Ventas II	03	03	12	6	72	90	CJA-107
CJM-106	Investigación de mercado	03	03	12	6	72	90	CHF-027
CJC-105	Contabilidad de Costo I	04	04	16	8	96	120	CJC-102
CHD-131	Derecho Laboral	03	03	12	6	72	90	
Total		16	15	60	30	360	450	

SEXTO TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJM-126	Marketing Digital	04	04	16	8	96	120	CJM-104
CHU-015	Matemática Financiera I	04	04	16	8	96	120	CHF-005
CHD-161	Derecho Comercial	03	03	12	6	72	90	
CJA-111	Presupuesto empresaria I	03	03	12	6	73	90	CJA-101
Total		14	15	60	30	361		

SEPTIMO TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJA-125	Emprendimiento	02	02	8	4	48	60	CJA-101
CJM-103	Comportamiento del consumidor I	03	03	12	6	72	90	CHF-009
CJM-107	Promoción y Técnicas de Ventas	03	03	12	6	72	90	CJA-107
CJM-125	Gestión de Redes Sociales	03	03	12	6	72	90	CJM-105
	Curso de Community Manager							
Total		11	12	48	24	288		

OCTAVO TRIMESTRE

CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJM-108	Campaña publicitaria	04	04	16	8	96	120	CJM-105
CJA-106	Administración Financiera I	03	03	12	6	72	90	CJC-102
CHU-108	Análisis Estadístico	04	04	16	8	96	120	CHF-015
CJM-124	Diseño Gráfico Publicitario	04	03	16	8	96	120	
Total		15	15	60	30	360		

NOVENO TRIMESTRE								
CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJA-114	Administración Estratégica	03	03	12	6	72	90	CJA-101
CJA-110	Técnica y Elab. de Proyectos	03	03	12	6	72	90	CJA-101
CJA-116	Introducción a los Negocios Internacionales	02	02	8	4	48	60	CHF-018
CJM-109	Mercadeo de servicios	03	03	12	6	72	90	CJM-102
CJM-123	Comercio Electrónico	03	03	12	6	72	90	
	Curso de Oratoria							
Total		14	14	60	30	360		

DECIMO TRIMESTRE								
CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJM-111	Comportamiento de consumidor II	03	03	12	6	72	90	CJM-103
CJM-121	Sociología de la comunicación	03	03	12	8	72	90	
CJM-122	Sistema de Información de Marketing	03	03	12	6	72	90	CHF-008
CJM-110	Relaciones Publicas	03	03	12	6	72	90	CJM-105
CJM-115	Desarrollo de Nuevos Productos	03	03	12	6	72	90	CJM-102
Total		15	15	60	32	360		

DECIMO PRIMER TRIMESTRE								
CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJM-112	Lanzamiento de productos	03	03	12	6	72	90	CJM-108
CHF-113	Técnica y Elaboración de tesis	03	03	12	6	72	90	CHF-027
CJM-113	Estrategia de mercado y Plan de Mercadeo	03	03	12	6	72	90	CJA-110
CJM-116	Mercadeo internacional	03	03	12	6	72	90	CJM-102
CJM-119	Marketing Relacional	02	02	8	4	48	60	
Total		14	14	56	28	336		

DECIMO SEGUNDO TRIMESTRE								
CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJM-114	Estudio de mercado	03	03	12	6	72	90	CJM-116
CJM-117	Gerencia de mercadeo	03	03	12	6	72	90	
CJM-120	Gerencia de marca	02	02	8	4	48	90	
Total		08	08	32	16	192		

DECIMO TERCERO TRIMESTRE								
CLAVE	ASIGNATURA	CRED	HT	HP	HIV	HI	TH	PRE-REQ
CJM-118	Marketing Político	03	03	12	6	72	90	CJM-108
	Trabajo Final de Grado	06						
Total		09	03	12	6	72		

TOTAL ASIGNATURA	57
TESIS DE GRADO	06
CRED TOTAL DE CREDITOS	180
HG TOTAL GENERAL CREDITOS	180
HP HORAS PRESENCIALES	704
HIV HORAS INTERACCION VIRTUAL	354
HI HORAS DE ESTUDIO INDEPENDIENTE	4,303
TH TOTAL HORAS	5,717

Título a Otorgar

Licenciatura En Mercadeo

Pasantía: 180 horas, se requiere el 70% de los créditos aprobados

Cursos obligatorios

Los estudiantes de la licenciatura de mercadeo deberán realizar tres cursos como requisito de graduación los cuales deberán impartirse durante el recorrido de la Carrera.

Esos cursos irán dirigido a fortalecer los conocimientos transversales y las competencias de los egresados de la carrera de Mercadeo, serán incluidos dentro del Plan de Estudio.

Durante el transcurso de la carrera algunos de los cursos podrían ser cambiados según lo demande la realidad del entorno.

Los cursos obligatorios son Excel para mercadólogo, Fundamento de Community Manager y oratoria lo cuales serán impartido a través de la división de educación continuada de la institución.

CONCLUSIONES

- a) El Plan de Estudio propuesto muestra niveles adecuados de pertinencia académica, ya que responde a los desafíos que plantea la propuesta del **Diseño de la LICENCIATURA EN MARKETING CONCENTRACIÓN MARKETING DIGITAL**
- b) El Plan de Estudio se alinea al criterio de legalidad que rige la redacción de los proyectos.
- c) Los objetivos presentados están de acuerdo con la justificación del programa.
- d) Los perfiles del ingresante y del egresado son coherentes con los objetivos del programa.
- e) Los requisitos de admisión, permanencia y graduación establecidos para el programa están de acuerdo con la Ley 139-01 y sus normativas.
- f) El campo de ejercicio profesional es coherente con los objetivos del programa y con el perfil del egresado.
- g) Los elementos del Plan de Estudio están completos y los contenidos de los programas de asignaturas se encuentran dentro del marco de la propuesta.
- h) Las estrategias metodológicas propuestas conllevan a la consecución del perfil planteado.
- i) Los recursos son suficientes y de la calidad esperada, por lo que favorecen la ejecución del programa.

RECOMENDACIONES

Considerando que la propuesta de programa en el nivel de Grado correspondiente al **Diseño de la carrera LICENCIATURA EN MARKETING CONCENTRACIÓN MARKETING DIGITAL**, sometido al Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCyT) por la **Universidad Tecnológica Del Cibao Oriental (UTECO)**, es pertinente y de la calidad esperada, y en virtud de que la misma se ajusta a lo establecido en la Ley 139-01 de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, en el Reglamento de las Instituciones de Educación Superior y en el Reglamento de Grado, se recomienda su **“NO OBJECIÓN”** al Honorable Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, para la incorporación del Plan de Estudio a la oferta académica de la Institución de Educación Superior.