

AAU

AMERICAN ANDRAGOGY
UNIVERSITY

-Plan de Estudios-
Licenciatura en Marketing





CONTENIDOS

- | | |
|--------------------------------|------------------------|
| 1) Presentación | 5) Objetivos |
| 2) Requisitos | 6) Cursos Obligatorios |
| 3) Plan de Estudios / Duración | 7) Cursos Sugeridos |
| 4) Tabla de Créditos | |

1) Presentación

Su programa de Licenciatura a distancia en AAU, le va a permitir a nuestros estudiantes la capacidad del auto aprendizaje. AAU va a poner a disposición de nuestros estudiantes todas las herramientas necesarias para lograr el máximo nivel de aprendizaje. De esta manera su avance académico y conocimientos van hacer medidos en todo momento gracias a la evaluación continua de su consejero académico. El método a distancia de AAU va ayudar a nuestros estudiantes optimizar sus tiempos y esfuerzo para su propio desarrollo académico.

La capacidad intelectual alcanzada por nuestros estudiantes, les va a permitir utilizar la investigación para reconocerse y reconocer la actualidad de nuestro mundo actual. De esta manera nuestros estudiantes van a poder mejorar e innovar los procesos de comunicación y negociación adecuadas al campo de su entorno que desea desarrollarse.

2) Requisitos

Diploma o certificados de secundaria (High School) completa o su equivalente, más 1 año de experiencia en el área de estudio de su interés ya sea académica o laboralmente.

3) Plan de Estudios - Duración

El programa de estudios que AAU ofrece, consiste en la siguiente 4 fases:

Primera Fase: Es la fase donde el estudiante va enviar sus documentos académicos a través de la plataforma electrónica ya sea para corroborar su nivel académico o para convalidar cursos de diferentes centros de estudios o laborales. A su vez el estudiante va a tener que desarrollar 5 cursos requeridos de estudio general. Esta Fase del programa debe ser completada por el estudiante dentro de 4 a 6 semanas Como tiempo promedio. Si el trabajo presentado cumple con las bases académicas, el análisis y evaluación por parte de AAU debe tomar de tres a cuatro semanas.



Segunda Fase: Es la fase principal del programa, en esta fase el estudiante va a desarrollar su plan de estudios. El estudiante va a definir los cursos que está interesado en estudiar. Primero va a tener que diseñar una propuesta de plan de estudios y luego va a desarrollar los cursos que han sido aprobados para su estudio por AAU. Para desarrollar esta fase, el estudiante mínimo debe de presentar un curso concluido por mes. Si el trabajo presentado cumple con las bases académicas, el análisis y evaluación por parte de AAU debe tomar de tres a cuatro semanas.

Tercera Fase: Es la fase donde se desarrolla la propuesta de Tesis y el desarrollo de la Tesis. El desarrollo y conclusión de esta fase puede tomar al estudiante un promedio de 8 semanas. Si el trabajo presentado cumple con las bases académicas, el análisis y evaluación por parte de AAU debe tomar de seis a ocho semanas.

Cuarta Fase: Es la fase administrativa, donde el Departamento Administrativo de AAU acuerda con el estudiante el envío de documentos oficiales, que el estudiante requiera. El trámite de titulación y graduación puede tomar entre 2 a 3 meses.

Notas Importantes

El máximo número de cursos tomados en la Segunda Fase a la misma vez, deben ser dos (2)

Cada curso a tomar será un trabajo analítico e investigativo en el área que el estudiante quiere desarrollarse.

Una vez concluida la evaluación de un curso, el estudiante debe continuar con el siguiente curso a estudiar.

El estudiante no podrá acceder a la siguiente fase de estudios, sin haber sido evaluado y autorizado por el asesor académico de AAU.

El tiempo de estudio para completar cada curso, depende del estudiante.

Si un trabajo académico no cumple con las bases académicas correspondientes durante la evolución, el estudiante tiene la opción de mejorar su trabajo académico hasta cumplir con las bases académicas requeridas por AAU.



4) Tabla de Créditos

El total de Créditos que se necesita tener para concluir los estudios de una Licenciatura es 120.

AAU otorgara un máximo de 24 créditos por convalidación de créditos de otras instituciones, experiencia laboral y de vida en el campo de la profesión de interés.

AAU en la Fase 1 del programa tiene 5 cursos de desarrollo obligatorio cada curso otorga 3 créditos, los cuales ya están establecidos.

AAU ofrece a sus estudiantes la elección de 15 a 25 cursos basados en el criterio del Consejero Académico.

A continuación una Tabla de Créditos promedio:

15 créditos obligatorios +
24 créditos de convalidación como máximo

39 créditos otorgados +
51 créditos por estudiar (promedio de 17 cursos)
30 créditos por tesis

120 créditos de total para la Licenciatura

5) Objetivo

El objetivo fundamental de la Licenciatura en Marketing es formar profesionales con conocimientos en todo lo relacionado con productos y servicios como el precio, producto o servicio, plaza o distribución, la promoción y los individuos involucrados en el proceso, ya sean ejecutivos o consumidores y como se aplica en una empresa u organización.



6) Cursos Obligatorios

El contenido sugerido de cada una de estos cursos será proporcionado al estudiante a través de su Plataforma Estudiantil

- A) Filosofía de la Educación a Distancia
- B) Globalización y Educación
- C) Conducta Humana y los Servicios del Bienestar Social
- D) Sustentabilidad y la relación con su programa de estudio
- E) Influencia Biográfica

7) Cursos Sugeridos

A continuación usted va a poder encontrar cursos que son requeridos como una base de estudio general y también cursos que se adaptan a su plan de estudios deseado. Sin embargo eso no significa que es un plan estandarizado para su programa que desea estudiar. Los siguientes son cursos sugeridos que le pueden servir de guía para realizar su propio plan de estudios.

1) Introducción a la economía de la empresa

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Objetivos que persiguen.
- Teoría y realidad empresarial.
- La decisión empresarial.
- Aportación de la teoría a la solución de los problemas empresariales.
- Economía de la Empresa en los sistemas socioeconómicos cerrados y abiertos.
- Las “Leyes” de la Economía de la Empresa.
- Áreas de la función científica de la Economía de la Empresa.
- La descripción de los fenómenos económico-empresariales.
- La Dimensión espacial de los problemas económico-empresariales.
- La planificación empresarial.
- Pronóstico y estrategia.



- Función del economista.

Bibliografía recomendada: Echevarría, S, G (1994) Introducción a la economía de la empresa. Madrid: Díaz de Santos.

2) Marketing

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- ¿Qué es la mercadotecnia? Su desarrollo histórico.
- Estrategia de mercado.
- El cliente y el mercadeo. Jerarquía de necesidades de Abraham Maslow.
- Investigación de mercados.
- Factores en cuanto a la investigación del mercado, en cuanto al consumidor, producto y la comunicación.
- Medición de la demanda.

Bibliografía recomendada: Peña, W. B. (2001). Apuntes de Mercadotécnica para la Microempresa Rural. Santiago de Chile: Silvia Frasnado.

3) Experiencia del Liderazgo

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- La naturaleza del Liderazgo
- La nueva realidad de las organizaciones de hoy
- Comparación de la administración y el liderazgo
- Evolución de las teorías del Liderazgo
- El liderazgo no es automático
- Aprender el arte y la ciencia del liderazgo
- Apreciación personal del líder
- Biblioteca del Líder
- Liderazgo en operación



- Desarrollo del liderazgo

Bibliografía recomendada: R L. Daft (2005) La Experiencia Del Liderazgo. México: Thomson

4) El Mercado y el producto

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- El patrón de compra.
- La receta del producto.
- Segmentación del mercado objetivo.
- Ciclo vital del producto.
- Planificación del producto.

Bibliografía recomendada: Domínguez, P. R. (2006). *¿Cómo llegar a ser un experto en Marketing?* Madrid: Instituto Europeo de Gestión Empresarial

5) Recursos Humanos y Motivación del Personal

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Introducción a los recursos humanos
- Planificación y requerimientos del puesto de trabajo.
- Competencias organizacionales.
- Proceso de selección.
- Contrato de trabajo y representación social.
- Política retributiva (Motivación)
- Capacitación y formación de la empresa.

Bibliografía recomendada: Jiménez, D. P. (s.f.). *Manual de Recursos Humanos*. España: Libros Profesionales de Empresas / ESIC.



6) Trabajo en Equipo

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Importancia del trabajo en equipo.
- Principios del Trabajo.
- División de tareas en un equipo.
- Reuniones.
- Comportamiento de un equipo.
- El Equipo de Facilitación.
- Resolución de conflictos de equipo.

Bibliografía recomendada: Miranda, B. (2001). *Técnicas que facilitan en Trabajo en Equipo*. El Salvador: Prolancho.

7) El comprador

Temas importantes a desarrollar en este Curso:

- Motivación del comprador.
- Contribución al marketing de la ciencia de comportamiento.
- La importancia de los grupos.
- Actitudes y comportamientos.

Bibliografía recomendada: Domínguez, P. R. (2006). *¿Cómo llegar a ser un experto en Marketing?* Madrid: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.



8) Como hacer llegar el producto al consumidor

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Canales de distribución.
- Paraje o lugar. Criterios para la decisión.
- El canal de la venta al por menor.

Bibliografía recomendada: Domínguez, P. R. (2006). *¿Cómo llegar a ser un experto en Marketing?* Madrid: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.

9) Promoción de ventas y precios

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Comunicación personal.
- La entrevista de venta.
- Técnicas de promoción de ventas.
- Relaciones públicas.
- Precio de los productos.
- La base del coste.
- Estrategias del precio para el producto.

Bibliografía recomendada: Domínguez, P. R. (2006). *¿Cómo llegar a ser un experto en Marketing?* Madrid: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.



10) Investigación del mercado

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Introducción a la investigación del mercado.
- Definición y alcance de la investigación del mercado.
- Datos preliminares en la investigación del mercado.

Bibliografía recomendada: Domínguez, P. R. (2006). *¿Cómo llegar a ser un experto en Marketing?* Madrid: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.

11) El marketing en la empresa

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Planificación del marketing.
- Organización y control del marketing.
- Evolución del marketing.

Bibliografía recomendada: Domínguez, P. R. (2006). *¿Cómo llegar a ser un experto en Marketing?* Madrid: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.

12) Relaciones Públicas

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- La profesión de las relaciones públicas (introducción).
- Relaciones públicas: un sector en auge.
- Relaciones públicas en las organizaciones.
- Diseño de una campaña de relaciones públicas.
- Herramientas y tácticas de relaciones públicas.

Bibliografía recomendada: Orduña, O. I. (2008). *Relaciones Públicas - La eficacia de la influencia.* Madrid: ESIC.



13) Publicidad

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Introducción a la publicidad.
- El trabajo en equipo.
- Las Áreas.
- Creatividad.
- Medios Alternativos.
- El impacto publicitario.
- Marcas.
- Globalización
- Ética y publicidad.

Bibliografía Recomendada: Gásque, Á. (2004). *Para entrar a la publicidad del siglo XXI*. Montevideo: Universidad de la República.

14) La Utopía del Mercado

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Antecedentes.
- El problema de la información.
- El tema del capital intangible.
- El problema del incentivo.
- La variable reputación.
- El papel de la tecnología.
- Nuevas realidades.

Bibliografía recomendada: Lucas, A. G. (2008). *La Utopía del Mercado*.



15) Marketing Internacional

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Mezcla de marketing global
- El entorno del marketing internacional
- Ingreso y desarrollo en el mercado internacional
- Mezcla de marketing de importación
- Mezcla de marketing global

Bibliografía recomendada: M. R. Czinkota (2008) Marketing Internacional. México: CENGAGE Learning

16) Marketing Digital

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Introducción: Entremos en el mundo virtual
- El desarrollo de internet
- El internauta: entendamos mejor a nuestro target
- Conceptos claves
- Introducción en el comercio electrónico

Bibliografía recomendada: Paul Fleming (2000) Hablemos de marketing interactivo. España: ESIC

17) Gestión del marketing

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- El efecto servicio en su empresa
- Las tendencias en los servicios
- El producto- servicio
- Distribución de servicios



- Comunicación de servicios
- Calidad en las empresas de servicios
- Recuperación y reactivación de servicios
- Garantías de servicios.
- Medición de satisfacción

Bibliografía recomendada: Bajac H (2003) Gestión del marketing de servicios. Argentina: Ediciones Granica S.A

18) Marketing estratégico

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- La mercadotecnia
- Sistemas de información de marketing
- Selección de mercado
- Análisis de situación
- Análisis de la demanda
- La ventaja competitiva
- La estrategia de mercadotecnia
- El plan de marketing
- Etapas de la investigación de mercados

Bibliografía recomendada: Villacorta M (2010) Introducción al Marketing Estratégico



19) Fundamentos de economía

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Introducción a las finanzas
- Introducción a la contabilidad
- Introducción al derecho tributario
- Introducción a la Administración de empresas

Bibliografía recomendada: López M.D (2010) Fundamentos de Economía, Empresa, Derecho, Administración Y Metodología de investigación. España: NETBIBLO

20) Plan de negocios

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Introducción a la creación de empresa
- Investigación de mercado
- Plan comercial o de marketing
- Plan de producción/ prestación de servicios
- Plan de recursos Humanos
- Plan económico / financiero
- Plan jurídico/ mercantil

Bibliografía recomendada: Cabrerizo M Plan de negocio. España: Editorial Vértice



21) Investigación de mercados

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- El conocimiento y la información en las decisiones del marketing
- Investigaciones de mercados. Metodologías y procedimientos aplicados
- Métodos cualitativos de investigación de mercados
- Métodos cuantitativos de investigación de mercados
- Análisis de la información

Bibliografía recomendada: Trespalacios J (2005) Investigación de mercados: Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing. Madrid: Paraninfo