

RESUMEN

La carrera de Ingeniería en Mercadotecnia creada el 6 de octubre de 1999, bajo Registro del CONESUP No.: Of.NO. 00336 CONUEP S.G., considerando el proceso de acreditación de las carreras por el que atraviesa la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, se ve en la necesidad de requerir el costeo de los estudiantes de la carrera. Por esta razón y debido al cambio que tendrá que efectuar al título de Licenciados en Mercadotecnia, se ha desarrollado un sistema de costeo. En el primer capítulo se identifican los aspectos generales del proyecto así como la importación y justificación del proyecto, una reseña histórica, la misión, visión, objetivos, y personal docente que conforman la carrera. El capítulo III se estudia el marco referencial, mismo que contempla: el marco legal que rige tanto para la universidad como para la carrera; el marco teórico con el correspondiente soporte bibliográfico que se aplicó a lo largo del desarrollo del proyecto. El cuarto capítulo detalla la metodología utilizada para la realización del costeo con una muestra de los formatos aplicados, los cuales proponen recoger de manera integral los rubros que afectan al costo de los estudiantes tanto de manera directa como indirecta. Finalmente, en base al análisis y costeo realizado se realiza una propuesta de afectación para la carrera de ingeniería en Mercadotecnia lo cual permitirá conocer el; costo de cada estudiante de la carrera. Por lo tanto la realización posterior de la planificación estratégica del departamento se podrá realizar de manera objetiva y oportuna.

Palabras clave:

ACREDITACIÓN

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

SISTEMA DE COSTOS

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

ABSTRACT

The Engineering career in Marketing created on October 6, 1999, under Record of the CONESUP Not. : Of. NO. 00336 CONUEP S. G. , considering the process of accreditation of the careers for which it crosses the University of the Armed forces ESPE, one sees in the need to need the cost calculation of the students of the career. For this reason and due to the change that it will have to carry out to the title Bachelors' of Marketing, a cost calculation system has developed. In the first chapter there are identified the general aspects of the project as well as the import and justification of the project, a historical critique, the mission, vision, targets, and teaching personnel that they shape the career. The chapter III studies the referential frame, itself that meditates: the legal frame that applies both for the university and for the career; the theoretical frame with the corresponding bibliographical support that was applied along the development of the project. The fourth chapter details the methodology used for the achievement of the cost calculation with a sample of the applied formats, which propose to gather in an integral way the titles that they affect to the cost of the students both in a direct and indirect way. Finally, based on the analysis and realized cost calculation there realizes an affectation proposal for the engineering career in Marketing which will allow to know; cost of every student of the career. Therefore the later achievement of the strategic planning of the department will be able to be realized in an objective and opportune way.

Key words:

ACCREDITATION

LICENTIATE IN MARKETING

SYSTEM OF COSTS

STRATEGIC PLANNING