

Resumen

El objetivo de la presente investigación es elaborar los costos por afectación, de la carrera de Licenciatura en Mercadotecnia del Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. El tipo de investigación es descriptiva, transversal, documental y observacional, además se emplearon entrevistas con personal estratégico de la institución para la recopilación de información. Se determinó el costo de la carrera de Mercadotecnia, obteniendo como resultado un costo mensual de \$ 93.257,14, lo que representa por estudiante un valor de \$ 177,63. De acuerdo con el estudio realizado los rubros de mayor incidencia en los costos de la carrera corresponden al talento humano, seguido del costo indirecto administrativo de la UFA-ESPE. El Capítulo I contiene los aspectos generales, resumen, planteamiento del problema, justificación, objetivos, hipótesis, determinación de variables y antecedentes y direccionamiento estratégico de la carrera de Licenciatura en Mercadotecnia. En el Capítulo II se detalla el marco referencial, que incluye el marco legal, teórico, estado del arte y marco conceptual utilizado para sustentar el trabajo. En el Capítulo III se describe la metodología, tipo de investigación, diseño metodológico, método, herramienta de recolección de datos y metodología de costeo por afectación. El capítulo IV detalla la propuesta, con sus procedimientos y análisis. Y en el Capítulo V se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio.

Palabras Clave: costo, costo por estudiante, presupuesto.

Abstract

The objective of the present investigation is to elaborate the costs by affectation, of the career of Degree in Marketing of the Department of Economic, Administrative and Commerce Sciences of the University of the Armed Forces ESPE. The type of research is descriptive, cross-sectional, documentary and observational, in addition interviews with strategic personnel of the institution were used for the collection of information. The cost of the Marketing degree was determined, obtaining as a result a monthly cost of \$93,257.14, which represents a value of \$177.63 per student. According to the study carried out, the items with the highest incidence in the costs of the degree correspond to human talent, followed by the indirect administrative cost of UFA-ESPE. Chapter I contains the general aspects, summary, problem statement, justification, objectives, hypothesis, determination of variables and background, and strategic direction of the Bachelor's degree in Marketing. Chapter II details the referential framework, which includes the legal, theoretical, state of the art and conceptual framework used to support the work. Chapter III describes the methodology, type of research, methodological design, method, data collection tool and costing methodology by affectation. Chapter IV details the proposal, with its procedures and analysis. And in Chapter V the conclusions and recommendations of the study are presented.

Keywords: cost, cost per student, budget.