

Número de asignaturas	54	
Organización del aprendizaje	Horas	Porcentaje
HORAS DE DOCENCIA	2560	35.56
PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN DE LOS APRENDIZAJES	1520	21.11
HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	2320	32.22
HORAS DE PRÁCTICAS PREPROFESIONALES	240	3.33
HORAS DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	160	2.22
TRABAJO DE TITULACIÓN	400	5.56
Total de horas	7200	100.00

Campos de formación	Horas	Porcentaje
FUNDAMENTOS TEÓRICOS	2280	31.67
PRAXIS PROFESIONAL	2680	37.22
EPISTEMOLOGÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	1360	18.89
INTEGRACIÓN DE SABERES, CONTEXTOS Y CULTURA	400	5.56
COMUNICACIÓN Y LENGUAJE	480	6.67
Total de horas	7200	100.00

2560 1520 2320 7200		
TRABAJO DE TITULACIÓN		
Periodo	Asignaturas, cursos y equivalentes	Horas
VIII	ELABORACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	80
VIII	PLANIFICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	120
IX	DESARROLLO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	200
TOTAL DE HORAS		400

ITINERARIO I: ESTRATEGIAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS			Resultados de aprendizaje
Asignaturas, cursos o equivalentes	Nivel	Horas	
MERCADOTECNIA TURÍSTICA	6	160	<ul style="list-style-type: none"> Identifica las tendencias del Mercado Turístico para la formulación de estrategias de mercadotecnia. Conoce las oportunidades del mercado para diseñar una acertada estrategia de mercadotecnia. Define las herramientas de comunicación a utilizar para la promoción y difusión del turismo.
MERCADOTECNIA DE CIUDAD	7	120	<ul style="list-style-type: none"> Identifica recursos, realidad económica, política y social de la ciudad. Crea la marca que identifique la ciudad y sus productos. Desarrolla estrategias comunicacionales de promoción turística. Conoce los aspectos culturales para el desarrollo turístico de la ciudad.
MERCADOTECNIA DE SERVICIOS PORTUARIOS Y LOGÍSTICOS	8	120	<ul style="list-style-type: none"> Conoce la infraestructura y superestructura portuaria como áreas estratégicas del estado para generar riquezas. Identifica los servicios portuarios ofertados a las naves. Identifica los servicios portuarios ofertados a la carga. Define estrategias para la comercialización, mejoramiento de imagen, atracción de naves y carga, así como la fidelización para lograr competitividad en el sector nacional e internacional.
		400	

ITINERARIO II: ESTRATEGIAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN EL SECTOR DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA			Resultados de aprendizaje
Asignaturas, cursos o equivalentes	Nivel	Horas	
MERCADOTECNIA SOCIAL Y SOLIDARIA	6	160	<ul style="list-style-type: none"> Conoce conceptos y políticas de la economía popular y solidaria. Desarrolla estrategias de marketing social y solidaria pymes. Identifica y aplica herramientas de comunicación con fines sociales y solidarios.
MERCADOTECNIA SECTORIAL	7	120	<ul style="list-style-type: none"> Conoce la economía extractivista, así como el procesamiento e industrialización del sector pesquero y acuícola. Analiza el sector agroindustrial desde la economía productiva. Identifica y genera estrategias competitivas de comercialización, mejoramiento de imagen, posicionamiento, apertura de nuevos mercados, de los sectores: pesquero, acuícola y agroindustrial, considerando el Acuerdo Comercial Ecuador - Unión Europea, y otros.
BIONEgocios	8	120	Identifica las actividades de recolección, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa, bajo criterios de sostenibilidad ambiental social y económica.
		400	