UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: CIENCIAS AGROPECUARIAS

CARRERA DE: Medicina Veterinaria

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

ADMINISTRACION Y MARKETING

NIVEL

SEXTO

AMBATO - ECUADOR
2026

I. INFORMACIÓN GENERAL

<table>
<tr><td colspan="3">Nombre de la asignatura
ADMINISTRACION Y MARKETING
Carrera
Medicina Veterinaria</td></tr>
<tr><td>Código UTA-FCAGP-MV-MP-UP-06-02</td><td colspan="2">PRERREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Modalidad
PRESENCIAL</td><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td colspan="3">Unidad organizacional curricular
PROFESIONAL</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Créditos/Horas
2
Nivel
SEXTO</td><td colspan="2">CORREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>BIOTECNOLOGIA DE LA REPRODUCCION</td><td>UTA-FCAGP-MV-MP-UP-06-04</td></tr>
<tr><td colspan="3">CARGA HORARIA</td></tr>
<tr><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por semana
2</td><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por ciclo académico
32</td><td>Componente de aprendizaje práctico experimental, componente de aprendizaje autónomo
64</td></tr>
<tr><td>Horas de tutoría académica semanales
1</td><td>Horas de tutoría presenciales por ciclo académico
16</td><td>Horas de tutorías virtuales por ciclo académico
0</td></tr>
</table>

TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS

Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal	2
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	32
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	64
TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE (Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral + Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo.)	96

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito Fomentar el conocimiento de fundamentos sobre la Administración y Marketing Veterinario y prospectiva, sus propósitos principales en las organizaciones los mismos que ayudan a facilitar el logro de los objetivos de una empresa; la administración de recursos humanos, económicos y financieros para la gestión de empresas públicas, privadas y poder garantizar el desarrollo.

Descripción de la asignatura La gestión cotidiana de empresas no apela, como debiera esperarse, a sus valores estratégicos. Estos no están siquiera definidos la mayoría de las veces. Quizás alguien los confunda con los valores plasmados en el código ético o de conducta de la organización, aquellos modos de conducta deseados que vienen a moldear la cultura empresarial pero, no se trata estrictamente de esto

Objetivo general de la asignatura Conocer los fundamentos sobre Administración y Marketing Veterinario prospectiva y administración de RR.HH, económicos y financieros para la gestión de empresas públicas y privadas, y poder garantizar el desarrollo de la empresa.

Objetivos específicos de la asignatura

1.-Construir un plan estratégico

2.-Desarrollar un plan de ventas

3.-Conocer la comunicación y promoción

4.-Elaborar contratos de los servicios médicos

5.-Construir organigramas y roles de trabajo

NOTA: Las horas de tutoría académica no se suman, por lo tanto no se incluyen dentro de las horas totales del semestre

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.1	Construir un plan estratégico			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
1.1.- Plan estratégico	8	8	8	Pruebas de Diagnostico Pruebas escritas de la unidad Otros: Trabajos y pruebas escritas por aula virtiual
SUBTOTAL HORAS	8	8	8	**TOTAL HORAS:** 24

Resultados de aprendizaje: Construye un plan estratégico
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Aprendizaje Basado en Proyectos, Métodos de caso, -
Estrategias educativas : Orientación para estudio de casos, Resolución de problemas, La elaboración individual de ensayos, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Otros, Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Aulas virtuales
Habilidades Blandas : Liderazgo, Trabajo en equipo, La empatía, Adaptabilidad, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Desarrollar un plan de ventas			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
2.1.- Plan de ventas	8	8	8	Pruebas de Diagnostico EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Otros: Trabajos y pruebas escritas por aula virtiual
SUBTOTAL HORAS	8	8	8	**TOTAL HORAS:** 24

Resultados de aprendizaje: Desarrolla un plan de ventas
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Aprendizaje Basado en Proyectos, Métodos de caso, -
Estrategias educativas : Resolución de problemas, Generación de datos y búsqueda de información, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Otros, Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Plataforma virtual
Habilidades Blandas : Liderazgo, Trabajo en equipo, La empatía, Adaptabilidad, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Conocer la comunicación y promoción			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
3.1.- Comunicación y promoción	6	6	6	Pruebas de Diagnostico EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases
SUBTOTAL HORAS	6	6	6	**TOTAL HORAS:** 18

Resultados de aprendizaje: Conoce la comunicación y promoción (aplicación)
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Aprendizaje Basado en Proyectos, Métodos de caso, -
Estrategias educativas : Conferencias , Resolución de problemas, Generación de datos y búsqueda de información, La elaboración individual de ensayos
Recursos didácticos : Otros, Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Plataforma virtual
Habilidades Blandas : Liderazgo, Trabajo en equipo, La empatía, Adaptabilidad, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Elaborar contratos de los servicios médicos			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
4.1.- Contratos de los servicios médicos	6	6	6	Pruebas de Diagnostico EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Otros: Trabajos y pruebas escritas por aula virtiual
SUBTOTAL HORAS	6	6	6	**TOTAL HORAS:** 18

Resultados de aprendizaje: Elabora los tipos de contratos y servicios médicos
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Aprendizaje Basado en Proyectos, Aprendizaje Basado en Evidencias, Métodos de caso, -
Estrategias educativas : Conferencias , Foros, Manejo de base de datos y acerbos bibliográficos, Generación de datos y búsqueda de información, La elaboración individual de ensayos
Recursos didácticos : Otros, Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Plataforma virtual
Habilidades Blandas : Liderazgo, Trabajo en equipo, Comunicación asertiva, La empatía, La resolución de conflictos, Adaptabilidad, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.5	Construir organigramas y roles de trabajo			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
5.1.- Organigramas y roles de trabajo	4	4	4	Trabajos y ejercicios en clases Pruebas escritas de la unidad Trabajos en excel Trabajos escritos
SUBTOTAL HORAS	4	4	4	**TOTAL HORAS:** 12

Resultados de aprendizaje: Construye organigramas y roles de trabajo
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Aprendizaje Basado en Evidencias, Métodos de caso, -
Estrategias educativas : Elaboración de mapas conceptuales, Conferencias , Foros, Resolución de problemas, Talleres, Manejo de base de datos y acerbos bibliográficos, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Liderazgo, Trabajo en equipo, Comunicación asertiva, La empatía, La resolución de conflictos, Adaptabilidad, Responsabilidad

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

La Asignatura de AdministraciÃ³n y Marketing Veterinario permitirÃ¡ que el estudiante tenga la capacidad de lograr realizar un anÃ¡lisis de la situaciÃ³n actual de una empresa, buscar las posibles soluciones y ayudar al cumplimiento de sus objetivos, ademÃ¡s tiene el propÃ³sito de mejorar las competencias adquiridas en el saber, hacer, ser y emprender tendrÃ¡ las siguientes caracterÃsticas en el ambiente de aprendizaje: a.- ParticipaciÃ³n de los estudiantes Se fomentarÃ¡ la participaciÃ³n de los estudiantes en actividades de lectura, reflexiÃ³n, anÃ¡lisis, creaciÃ³n y descubrimiento, teniendo como base informaciÃ³n primaria y secundaria., esto permitirÃ¡ generar la formaciÃ³n de un profesional activo, creativo, autÃ³nomo, reflexivo y crÃtico en el Ã¡mbito de la investigaciÃ³n agropecuaria. b.- AplicaciÃ³n de TÃ©cnicas de aprendizaje El actor principal serÃ¡ el docente, el mismo que serÃ¡ un facilitador del proceso de aprendizaje y entrega de informaciÃ³n, al mismo tiempo serÃ¡ un guÃa para el estudiante; para el caso de la asignatura de AdministraciÃ³n y Marketing Veterinario, se aplicarÃ¡ tÃ©cnicas de aprendizaje como la: exposiciÃ³n participativa, AB problemas, estudio de casos, y aprendizaje colaborativo, tanto a nivel de aula, campo y biblioteca. c.- Materiales didÃ¡cticos y de apoyo TendrÃ¡n como fundamento la construcciÃ³n del conocimiento a nivel de aula, campo y biblioteca, mediante actividades interdisciplinarias, con este propÃ³sito se utilizarÃ¡ como materiales didÃ¡cticos: ayuda memoria, esquemas y diapositivas, guÃas de estudio, guÃas de prÃ¡cticas, guÃas de bibliografÃa, internet y videos especÃficos. d.- EvaluaciÃ³n El proceso de evaluaciÃ³n serÃ¡ diagnÃ³stica, formativa y sumativa, las cuales incluirÃ¡n: cuestionarios de preguntas, pruebas objetivas (reactivos), entrega de trabajos (informes) y ejercicios de clase, los principales escenarios serÃ¡n el aula y el campo.

VI CRITERIOS NORMATIVOS PARA LA EVALUACIÓN

Objetivos específicos	Evaluación diagnóstica (Conocimientos previos)	Evaluación formativa (Grado de logro de destrezas)	Evaluación sumativa (valorar los objetivos generales alcanzados y el logro de destrezas)
1.- Construir un plan estratégico	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluaciones
2.- Desarrollar un plan de ventas	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluaciones
3.- Conocer la comunicación y promoción	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluaciones
4.- Elaborar contratos de los servicios médicos	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluaciones
5.- Construir organigramas y roles de trabajo	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Pruebas escritas

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Rodríguez E.	2016	Planificación estratógica: fundamentos y herramientas de actuación	1	Editorial Brujas	Argentina Cérdova	1	229	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Este libro es considerado contemporáneo, indica sobre los fundamentos y estrategias de la planificación estratégica. misión, visión, valores, entornos externos e internos							
URL:	https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/78217							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Schnarch Kirberg, emprender	2019	Marketing para emprender	1	Ediciones de la U	Colombia Bogotá	1	235	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Este libro es considerado contemporáñeo. El texto trata de que en ocasiones, se tienen buenas ideas, pero se carece de la claridad para transformarlas en negocios, productos o servicios reales, necesarios, deseados y rentables. El marketing es la discipli							
URL:	https://elibro.net/es/ereader/uta/127104							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Torres Hernández, Zacarias	2015	Administración estratégica	1ed	Grupo editorial Patria	Mexico Mexico D.F.	1	369	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	El libro es considerado contemporáneo. trata sobre la Administración estratégica está dirigida a los estudiantes tanto del nivel de licenciatura como de nivel de posgrado, también es un apoyo para los administradores o estrategas que ya se encuentran en l							
URL:	https://elibro.net/es/ereader/uta/39403							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Villanueva, Julián	2018	Marketing estratégico	1a edición	Alfaomega	Colombia Bogotá	3	460 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAG 05290							
Comentario:	Es un libro adecuado para el trabajo del estudiante en marketing y ventas en el ámbito veterinario							

URL:	

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Sánchez, Mauricio	2011	Marketing:	1a edición	Universidad Técnica de Ambato	Ambato	10	124 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAG 04860							
Comentario:	Mercadotecnia, investigación de mercados, análisis del entorno de la empresa; marketing estratégico;marketing opeativo; plan de marketing							
URL:								