

<b>Nombre del programa</b>	Mercadología
<b>Código del plan</b>	4019-4020
<b>Créditos del programa: 150</b>	Obligatoria (B) 132 Electiva (L) 18

**Asignaturas de sexto nivel  
18 créditos**

Código	Nombre	Tipología	N.º de créditos	Requisito	Superado
40042008	PROCESOS DE PRODUCCIÓN	B	3		
40042009	PRINCIPIOS DE LA INVESTIGACIÓN MERCADOLÓGICA	B	3		
41010802	DIRECCIÓN COMERCIAL	B	3	ESTUDIO DE LA DISTRIBUCIÓN ESTUDIO DE LA PROMOCIÓN ESTUDIO DEL PRODUCTO ESTUDIOS DEL PRECIO	
45190012	MUESTREO	B	3	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA ESTADÍSTICA INFERENCIAL	
46580110	CASOS GERENCIALES DE MERCADEO	B	3	ESTUDIO DE LA DISTRIBUCIÓN ESTUDIO DE LA PROMOCIÓN ESTUDIO DEL PRODUCTO ESTUDIOS DEL PRECIO	
	**COMPLEMENTARIA I	L	3		

**Asignaturas de séptimo nivel  
19 créditos**

Código	Nombre	Tipología	N.º de créditos	Requisito	Superado
40010004	GESTIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS	B	3		
40042005	TALLER DE DESARROLLO DE PRODUCTOS	B	4	DIRECCIÓN COMERCIAL	
40042010	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE LOS MERCADOS	B	3	PRINCIPIOS DE LA INVESTIGACIÓN MERCADOLÓGICA	
46580101	ESTUDIOS DE MERCADOS	B	3	MUESTREO PRINCIPIOS DE LA INVESTIGACIÓN MERCADOLÓGICA	
	**COMPLEMENTARIA II	L	3		
	***ELECTIVA EXTERNA II	L	3		

<b>Nombre del programa</b>	Mercadología
<b>Código del plan</b>	4019-4020
<b>Créditos del programa: 150</b>	Obligatoria (B) 132 Electiva (L) 18

**Asignaturas de octavo nivel  
19 créditos**

Código	Nombre	Tipología	N.º de créditos	Requisito	Superado
41010818	CASOS GERENCIALES EMPRESARIALES	B	3	CONTABILIDAD FINANCIERA COSTOS Y PRESUPUESTOS GESTIÓN EMPRESARIAL GESTIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN	
46580104	TALLER DE PLANEACIÓN DE MERCADEO	B	4	DIRECCIÓN COMERCIAL	
46580105	TALLER DE ESTUDIOS DE MERCADOS I	B	3	ESTUDIOS DE MERCADOS PRINCIPIOS DE LA INVESTIGACIÓN MERCADOLÓGICA	
46580118	TALLER DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE LOS MERCADOS I	B	3	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE LOS MERCADOS PRINCIPIOS DE LA INVESTIGACIÓN MERCADOLÓGICA	
	**COMPLEMENTARIA III	L	3		
	***ELECTIVA EXTERNA III	L	3		

**Asignaturas de noveno nivel  
16 créditos**

Código	Nombre	Tipología	N.º de créditos	Requisito	Superado
46580107	AUDITORÍA DE MERCADEO	B	3	DIRECCIÓN COMERCIAL	
46580108	MERCADO INTERNACIONAL	B	3		
46580119	TALLER DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE LOS MERCADOS II	B	2	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE LOS MERCADOS PRINCIPIOS DE LA INVESTIGACIÓN MERCADOLÓGICA TALLER DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE LOS MERCADOS	

<b>Nombre del programa</b>	Mercadología
<b>Código del plan</b>	4019-4020
<b>Créditos del programa: 150</b>	Obligatoria (B) 132 Electiva (L) 18

**Asignaturas de noveno nivel  
16 créditos**

Código	Nombre	Tipología	N.º de créditos	Requisito	Superado
46580120	TALLER DE ESTUDIOS DE MERCADOS II	B	2	ESTUDIOS DE MERCADOS PRINCIPIOS DE LA INVESTIGACIÓN MERCADOLÓGICA TALLER DE ESTUDIOS DE MERCADOS I	
46580121	LEGISLACIÓN COMERCIAL	B	3		
	**COMPLEMENTARIA IV	L	3		

**Recuerda que...**

\*El plan de estudios se compone de 3 Contextos de 2 créditos y con tipología B (Obligatoria), que corresponden a: una Constitución y dos espacios académicos de tu preferencia.

\*\*Debes cursar y aprobar 4 asignaturas complementarias de 3 créditos cada una.

\*\*\*Debes cursar y aprobar 6 créditos de las electivas externas (para ello cuentas con una lista de espacios académicos donde podrás conocer o profundizar temáticas de tu interés. Para conocerlas, dirígete a la pestaña: electivas y podrás ver la amplia oferta que tenemos para ti)