



UNIVERSIDAD CENTRAL

Facultad : Ciencias Administrativas, económicas y contables

Departamento: Mercadología

Plan de Estudios: N° 4019 - 4020

Nombre del Programa: Mercadología

N° Registro Calificado: 170946580801100111100

Fecha de aprobación del Registro Calificado: Mayo 2 de 2007

Fecha de Renovación

N° Renovación de Registro Calificado

Espacio Académico (Asignatura)		Tipología (1)	Ciclo (2)	N° Horas Semana	N° Créditos Académicos	Requisitos o Correquisitos	Nivel
Código	Nombre						
43380003	Fundamentos de Economía	B	A	4	3		1
40042001	Procesos Creativos	B	A	3	3		1
49000002	Historia del Intercambio	B	B	2	2		1
44610005	Expresión Oral y Escrita	B	A	4	3		1
41200001	Inglés I	O	A	4	2		1
40000001	Contexto I	O	A	3	2		1
40042000	Estudio del Producto	B	B	3	3		2
40042003	Estudio del Consumidor	B	B	4	3		2
43380004	Pensamiento Económico	B	A	2	2		2
45100003	Matemáticas I	B	A	4	3		2
41200002	Inglés II	O	A	4	2	Inglés I	2



UNIVERSIDAD CENTRAL

40000002	Contexto II	O	A	3	2		2
40042002	Estudio del Precio	B	B	3	3		3
41010800	Gestión Empresarial	B	A	4	3		3
44610006	Sociología del Consumo	B	B	3	3		3
45100004	Matemáticas II	B	A	4	3	Matemáticas I	3
41200003	Inglés III	O	A	4	2	Inglés II	3
40000004	Contexto III	O	A	3	2		3
40042004	Estudio de la Distribución	B	B	3	3		4
43380005	Microeconomía	B	A	4	3	Matemáticas II	4
46570002	Contabilidad Financiera	B	A	4	3		4
45190014	Estadística Descriptiva	B	A	4	3		4
46580111	Antropología del Mercado	B	B	3	3		4
41200004	Inglés IV	O	A	4	2	Inglés III	4
40042006	Estudio de la Promoción	B	B	3	3		5
43380006	Macroeconomía	B	A	4	3	Matemáticas I	5
46570003	Costos y Presupuestos	B	A	4	3		5
40042007	Semiótica del Consumo	B	B	3	3	Estudio del Consumidor, Sociología del Consumo, Antropología del Mercado	5
45190013	Estadística Inferencial	B	A	4	3	Estadística Descriptiva	5
40000112	Electiva I	L	A	2	2		5
41010802	Dirección Comercial	B	B	4	3	Estudio del Producto, Estudio del Precio, Estudio de la Distribución, Estudio de la Promoción	6



UNIVERSIDAD CENTRAL

40042008	Procesos de Producción	B	A	3	3		6
46580110	Casos Gerenciales de Mercadeo	B	B	3	3	Estudio del Producto, Estudio del Precio, Estudio de la Distribución, Estudio de la Promoción	6
45190012	Muestreo	B	A	4	3	Estadística Inferencial	6
40042009	Principios de la Investigación Mercadológica	B	B	3	3		6
40000115	Complementaria I	C	C	3	3		6
40010004	Gestión Financiera de Proyectos	B	A	3	3		7
40042005	Taller de Desarrollo de Productos	B	C	4	4	Dirección Comercial	7
46580101	Estudios de Mercados	B	B	3	3	Muestreo, Principios de la Investigación Mercadológica	7
40042010	Investigación Cualitativa de los Mercados	B	B	3	3	Principios de la Investigación Mercadológica	7
40000113	Electiva II	L	A	2	2		7
40000116	Complementaria II	C	C	3	3		7
41010818	Casos Gerenciales Empresariales	B	B	3	3		8
46580104	Taller de Planeación de Mercadeo	B	C	4	4	Dirección Comercial	8
46580105	Taller de Estudios de Mercados I	B	C	3	3	Estudios de Mercados	8
46580118	Taller de Investigación Cualitativa de los Mercados	B	C	3	3	Investigación Cualitativa de los Mercados	8



UNIVERSIDAD CENTRAL

	I						
40000114	Electiva III	L	A	2	2		8
40000117	Complementaria III	C	C	3	3		8
46580107	Auditoría de Mercadeo	B	C	3	3	Dirección Comercial	9
46580121	Legislación Comercial	B	C	3	3		9
46580108	Mercadeo Internacional	B	C	3	3		9
46580120	Taller de Estudios de Mercados II	B	C	2	2	Estudios de Mercados	9
46580119	Taller de Investigación Cualitativa de los Mercados II	B	C	2	2	Investigación Cualitativa de los Mercados	9
40000118	Complementaria III	C	C	3	3		9





UNIVERSIDAD CENTRAL

(1) TIPOLOGÍA	CÓDIGO
Indispensable	B
Complementaria	C
Electiva	L
Interdisciplinaria	O
Proyecto fin de carrera	P
Complemento fin de carrera	Q

(2)Ciclo : Se refiere a la manera como se estructura el plan de estudios.

- | | |
|----|--------------------|
| A. | Básico |
| B. | Disciplinar |
| C. | Profesionalización |

* NOTA: Opción de Grado : Las Opciones de Grado están reglamentadas por las Resoluciones del Consejo Académico N° 02 de 2006 y N° 01 de 2008 y el Acuerdo del Consejo Superior N° 10 de 2008. Es requisito indispensable la inscripción y el pago **adicional** de la modalidad definida y aprobada por el respectivo Consejo de Facultad, conforme a lo dispuesto en la Resolución de Consejo Académico N°. 01 de 2008, Artículo 1, literal D): Efectuar el pago de la opción de grado.