

Plan de estudios

Aprobado según el Registro calificado: "Resolución n.º 19312 (13/10/2021), 7 años de vigencia

Semestre 1

Asignatura	Créditos
Lectura, escritura y oralidad 1: La palabra que hace falta	2
Pensamiento numérico para la resolución de problemas	3
Introducción a la vida universitaria	1
Fundamentos de economía	2
Fundamentos de <i>marketing</i>	2
Comportamiento del consumidor	3
Estrategia de producto	3

Semestre 2

Asignatura	Créditos
Lectura, escritura y oralidad 2: Las ausencias de la razón	2
Habilidades blandas para la vida	2
Pensamiento computacional y tecnologías digitales	2
Métodos matemáticos para ciencias económicas 1	3
Técnicas y herramientas 1	1
Técnicas y herramientas 2	1
<i>Neuromarketing</i>	2
Comunicaciones integradas de <i>marketing</i>	3

Semestre 3

Asignatura	Créditos
<i>Living together</i>	2
Fundamentos de estadística	3
Proyecto de interacción con el entorno 1	2
Estudios cualitativos en <i>marketing</i>	3
Semiótica	2
<i>E-commerce</i>	3
Estrategia de precio	3

Semestre 4

Asignatura	Créditos
Contexto: Sujeto y sociedad	2
<i>Beyond my culture</i>	2
Pensamiento estratégico	2
Introducción analítica de datos	2
Estrategia de canales y redes de distribución	3
Social media <i>marketing</i>	3
<i>Merchandising and category</i>	2
Estudios cuantitativos en <i>marketing</i>	3

Plan de estudios

Aprobado según el Registro calificado: "Resolución n.º 19312 (13/10/2021), 7 años de vigencia

Semestre 5

Asignatura	Créditos
Contexto: Historia del pensamiento y la cultura/Contexto: Ciencia, tecnología y sociedad	2
<i>Taking care of our planet</i>	2
<i>Business intelligence</i>	2
Proyecto de interacción con el entorno 2	3
Técnicas y herramientas 3	1
Costos y presupuestos	2
<i>Branding</i>	3
Plan de <i>marketing</i> digital	2

Semestre 6

Asignatura	Créditos
Contexto: Política, ética y ciudadanía	2
<i>Global cyber citizen</i>	2
Técnicas y herramientas 4	1
Electiva 1	3
<i>Marketing</i> de servicios	2
Responsabilidad social y desarrollo sostenible	2
Gerencia comercial	3
Gerencia de <i>marketing</i>	3

Semestre 7

Asignatura	Créditos
Práctica	5
Proyecto de Interacción con el entorno 3	3
Electiva 2	3
Gestión de proyectos	2
Técnicas y herramientas 5	1
<i>Marketing analytics</i>	2
Auditoría de <i>marketing</i>	2

Semestre 8

Asignatura	Créditos
Curso de fin de ciclo*	7
Técnicas y herramientas 6	1
Casos y juegos gerenciales	2
Legislación empresarial	2
<i>International marketing</i>	3
Planeación y desarrollo de producto	3

Total créditos académicos 140

***Nota:** Los siete créditos correspondientes al curso de fin de ciclo tendrán un costo adicional del 30 % del valor del crédito para cada programa.

Plan de estudios

Aprobado según el Registro calificado: "Resolución n.º 19312 (13/10/2021), 7 años de vigencia

🔹 Requisitos y correquisitos de asignaturas

El estudiante debe seguir el plan de estudios teniendo en cuenta los requisitos y correquisitos de asignaturas, sobre los cuales recibirá asesoría por parte del programa.

🔹 Requisitos de grado

1) Aprobar la totalidad de créditos académicos y la opción de grado; 2) presentar el examen Saber Pro; 3) pagar el valor del proceso de grado; 4) estar a paz y salvo por todo concepto; 5) entregar copia del trabajo de grado a la Biblioteca; 6) actualizar los datos personales; 7) los demás que disponga la Universidad y el Ministerio de Educación Nacional en sus normativas vigentes.