



Programa

Mercadología

Código del plan

4053 - 4054

Total de créditos

150



TIPOLOGÍA DE ASIGNATURAS

Obligatorias (B): 132

Electivas (L): 18

Asignaturas de Segundo Nivel (15 créditos)

Cód.	Nombre	Créd.	Tipología	Requisito	Superado
43390027	FUNDAMENTOS DE MATEMÁTICAS II	3	B	FUNDAMENTOS DE MATEMÁTICAS I	
43390028	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	3	B		
43390029	REDES SOCIALES EN LA MERCADOLOGÍA	3	B	LAS TIC EN LA GESTIÓN MERCADOLÓGICA	
46580065	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA	3	B		
	*CONTEXTO I	3	L		

Asignaturas de Tercer Nivel (15 créditos)

Cód.	Nombre	Créd.	Tipología	Requisito	Superado
43380001	MICROECONOMÍA	3	B	<ul style="list-style-type: none"> FUNDAMENTOS DE MATEMÁTICAS II FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA 	
43390030	SOCIOLOGÍA DEL CONSUMIDOR	3	B		
43390031	ESTUDIO DEL PRECIO	3	B	ESTUDIO DEL PRODUCTO	
45190014	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA	3	B	FUNDAMENTOS DE MATEMÁTICAS II	
	*CONTEXTO II	3	L		



Asignaturas de Cuarto Nivel (18 créditos)

Cód.	Nombre	Créd.	Tipología	Requisito	Superado
43390001	MACROECONOMÍA	B	3	<ul style="list-style-type: none"> FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA FUNDAMENTOS DE MATEMÁTICAS II 	
43390032	ANTROPOLOGÍA DEL CONSUMIDOR	B	3		
43390033	METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA	B	3		
43390034	ESTUDIOS DE LOS CANALES Y REDES DE DISTRIBUCIÓN	B	3	ESTUDIO DEL PRODUCTO	
45190013	ESTADÍSTICA INFERENCIAL	B	3	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA	
	*CONTEXTO III	L	3		

Asignaturas de Quinto Nivel (18 créditos)

Cód.	Nombre	Créd.	Tipología	Requisito	Superado
43390035	SEMIÓTICA DEL CONSUMIDOR	3	B		
43390036	METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	3	B		
43390037	FINANZAS PARA EL MARKETING	3	B		
43390038	ESTUDIO DE LAS COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARKETING I	3	B	ESTUDIO DEL PRODUCTO	
45190012	MUESTREO	3	B	ESTADÍSTICA INFERENCIAL	
	**ELECTIVA I	3	L		

Asignaturas de Sexto Nivel (19 créditos)

Cód.	Nombre	Créd.	Tipología	Requisito	Superado
43390039	ESTUDIO DE LAS COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARKETING II	3	B	ESTUDIO DE LAS COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARKETING I	
43390040	PROCESOS DE PRODUCCIÓN	3	B		



43390041	VALOR SOCIAL Y AMBIENTAL DE LA MARCA	3	B		
43390042	ANÁLISIS ESTRATÉGICO DIGITAL	4	B	<ul style="list-style-type: none"> MUESTREO Y METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA 	
46570003	COSTOS Y PRESUPUESTOS	3	B	FINANZAS PARA EL MARKETING	
	**ELECTIVA II	3	L		

Asignaturas de Séptimo Nivel (16 créditos)

Cód.	Nombre	Créd.	Tipología	Requisito	Superado
43390043	EVALUACIÓN DE PROYECTOS	3	B		
43390044	GERENCIA ESTRATÉGICA DE MARKETING	4	B	ESTUDIO DE LAS COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARKETING II	
43390045	POSICIONAMIENTO DE LA MARCA	3	B	<ul style="list-style-type: none"> COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR SEMIÓTICA DEL CONSUMIDOR ANTROPOLOGÍA DEL CONSUMIDOR 	
43390046	RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE	3	B		
	**ELECTIVA III	3	L		

Asignaturas de Octavo Nivel (17 créditos)

Cód.	Nombre	Créd.	Tipología	Requisito	Superado
43390047	LAS ORGANIZACIONES Y LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN	3	B		
43390048	GERENCIA COMERCIAL	4	B	GERENCIA ESTRATÉGICA DE MARKETING	
43390049	BRANDING	4	B	POSICIONAMIENTO DE LA MARCA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE	

43390050	AUDITORÍA DE MARKETING	3	B	COSTOS Y PRESUPUESTOS	
43390051	TENDENCIAS CONTEMPORÁNEAS DE LA ECONOMÍA	3	B		

Asignaturas de Noveno Nivel (17 créditos)

Cód.	Nombre	Créd.	Tipología	Requisito	Superado
43390052	TENDENCIAS DE MARKETING	4	B		
43390053	GESTIÓN DE NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTO	3	B		
43390054	CASOS Y JUEGOS GERENCIALES	3	B	GERENCIA COMERCIAL	
43390055	MARKETING INTERNACIONAL	3	B		
43390056	PROYECTO DESARROLLO Y LANZAMIENTO DE OFERTAS DE VALOR	4	B		

Recuerda que:

*Debes cursar y aprobar mínimo 9 créditos de asignaturas electivas (tipología L). Para ello, cuentas con una lista de espacios académicos para que explores o profundices en temáticas de tu interés. Para conocer la oferta disponible, dirígete a la pestaña **Electivas**.

**El plan de estudios se compone de 3 asignaturas de Contexto de 3 créditos con tipología L (electivas), correspondiente a una asignatura de Constitución y dos espacios académicos de tu preferencia.