



Programa

Mercadología

Código del plan

4053 - 4054

Total de créditos

150



TIPOLOGÍA DE ASIGNATURAS

Obligatorias (B): 132

Electivas (L): 18

Asignaturas de Tercer Nivel (15 créditos)

Cód.	Nombre	Créd	Tipología	Requisito	Superado
43380001	MICROECONOMÍA	3	B	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	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 <i>MARKETING</i>	3	B		
43390038	ESTUDIO DE LAS COMUNICACIONES INTEGRADAS DE <i>MARKETING I</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 <i>MARKETING II</i>	3	B	ESTUDIO DE LAS COMUNICACIONES INTEGRADAS DE <i>MARKETING I</i>	
43390040	PROCESOS DE PRODUCCIÓN	3	B		
43390041	VALOR SOCIAL Y AMBIENTAL DE LA MARCA	3	B		
43390042	ANÁLISIS ESTRATÉGICO DIGITAL	4	B	MUESTREO METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	
46570003	COSTOS Y PRESUPUESTOS	3	B	FINANZAS PARA EL <i>MARKETING</i>	
	**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 <i>MARKETING</i>	4	B	ESTUDIO DE LAS COMUNICACIONES INTEGRADAS DE <i>MARKETING</i> II	
43390045	POSICIONAMIENTO DE LA MARCA	3	B	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 <i>MARKETING</i>	
43390049	<i>BRANDING</i>	4	B	POSICIONAMIENTO DE LA MARCA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE	
43390050	AUDITORÍA DE <i>MARKETING</i>	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 <i>MARKETING</i>	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 en asignaturas electivas libres (tipología L). 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, donde encontrarás la oferta disponible.

** El plan de estudios se compone de 3 asignaturas de Contexto, cada una de 3 créditos y de tipología L (electiva). Estos corresponden a: una Constitución y dos espacios académicos de tu preferencia.