



Programa

Especialización en Gerencia de Marca

Código del plan

2306

Total de créditos

23



TIPOLOGÍA DE ASIGNATURAS

Obligatorias (B): 21

Electivas (L): 2

Asignaturas de primer nivel (12 créditos)

Cód.	Nombre	Créd.	Tipología	Requisito	Superado
20000120	GERENCIA Y PENSAMIENTO ESTRATÉGICO	2	B		
20000162	ANALÍTICA EN ENTORNOS DIGITALES	2	B		
20000163	BRAND HACKING: DISEÑO Y POSICIONAMIENTO DE MARCA	3	B		
20000164	CUSTOMER JOURNEY: DISEÑO Y GESTIÓN DE EXPERIENCIAS	2	B		
20000165	MARCAS QUE INSPIRAN: PUBLICIDAD Y SOSTENIBILIDAD	2	B		
	TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS 1	1	B		



UNIVERSIDAD
CENTRAL

Asignaturas de segundo nivel (11 créditos)

Cód.	Nombre	Créd.	Tipología	Requisito	Superado
20000166	CONSUMIDOR 360: COOLHUNTING Y TENDENCIAS DE COMPRA	2			
20000167	DIGITAL BRAND MASTERY: DE LA ESTRATEGIA A LA EJECUCIÓN	3			
20000168	PROYECTO APLICADO	3			
	TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS 2	1			
20000133	ELECTIVA	2			

Recuerda que el plan de estudios está compuesto por:

- Veintiún (21) créditos de asignaturas **obligatorias** (tipología B), de los cuales dos (2) créditos corresponden a técnicas y herramientas.
- Dos (2) créditos de asignaturas **electivas** (tipología L), correspondientes a una bolsa de asignaturas que ofrecen el programa y la facultad. Su apertura está sujeta a la oferta semestral.