



NIVEL 1	NIVEL 2	NIVEL 3	NIVEL 4	NIVEL 5	NIVEL 6	NIVEL 7	NIVEL 8	NIVEL 9	NIVEL 10
DESARROLLO PERSONAL Y SOCIAL 3	ECONOMÍA Y EMPRESA 3	ANTROPOLOGÍA DEL CONSUMIDOR 3	COSTOS Y PRESUPUESTOS * 4	ADMINISTRACIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN 3	POLÍTICA Y FIJACIÓN DE PRECIOS 3	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING 4	E-COMMERCE 3	ANALÍTICA DE DATOS 3	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO PUBLICITARIO 3
METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN 3	PROCESOS SOCIALES Y POLÍTICOS 3	INTRODUCCIÓN A LAS FINANZAS * 3	MICROECONOMÍA / MICROECONOMICS * 3	GESTIÓN DE PRODUCTO Y MARCA 4	OPERACIONES LOGÍSTICAS DE MARKETING 3	MARKETING SOCIAL 3	HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS DE NEGOCIOS Y MARKETING 4	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN EN MARKETING I 3	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN EN MARKETING II 4
GLOBALIZACIÓN Y REALIDAD NACIONAL 3	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN II 3	CONTABILIDAD GENERAL * 4	SOCIOLOGÍA DEL CONSUMIDOR 3	ESTADÍSTICA APLICADA AL MARKETING 4	PUBLICIDAD Y MEDIOS 3	FINANZAS PARA MARKETING 4	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS 4	NEGOCIACIÓN COMERCIAL 3	ESTRATEGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL 3
LENGUAJE Y COMUNICACIÓN I 4	TEMAS DE FILOSOFÍA 3	ESTADÍSTICA EMPRESARIAL I 4	PROCESOS DE MARKETING 3	ELABORACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS * 3	BRANDING 3	COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA 3	GERENCIA DE VENTAS 4	MARKETING DE SERVICIOS 3	ESTRATEGIA DE RELACIONAMIENTO Y FIDELIZACIÓN 4
MATEMÁTICA BÁSICA 5	ESTADÍSTICA BÁSICA PARA LOS NEGOCIOS 3	MATEMÁTICA PARA LA GESTIÓN DE NEGOCIOS * 4	ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL Y MARKETING 3	MACROECONOMÍA / MACROECONOMICS * 3	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE MERCADOS 3	TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y MARKETING 3	ÉTICA Y SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL / ETHICS AND BUSINESS SUSTAINABILITY * 3	TRADE MARKETING Y MERCHANDISING 3	PLAN DE MARKETING 3
ÉTICA CÍVICA 2	MATEMÁTICA APLICADA A LOS NEGOCIOS 5	HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA GESTIÓN I * 3	ESTADÍSTICA EMPRESARIAL II 4	CONSUMIDOR Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE / CUSTOMER EXPERIENCE 3	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA DE MERCADOS 3	ENDOMARKETING Y GESTIÓN DE PERSONAS 3	GERENCIA DE MARKETING DEPORTIVO 3	TALLER DE INBOUND MARKETING 3	MARKETING DE CENTROS COMERCIALES E HIPERMERCADOS 3
CRÉDITOS OBLIGATORIOS 20	CRÉDITOS OBLIGATORIOS 20	CRÉDITOS OBLIGATORIOS 21	HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA GESTIÓN II * 3	CRÉDITOS OBLIGATORIOS 20	CIENCIA DE DATOS APLICADO AL MARKETING 2	NEUROMARKETING 3	MARKETING MOBILE 3	MARKETING DE RETAILERS 3	MARKETING EN LA BASE DE LA PIRÁMIDE 3
			CRÉDITOS OBLIGATORIOS 20		CRÉDITOS OBLIGATORIOS 20	PROMOCIÓN Y MARKETING BTL 3	SIMULACIÓN DE DECISIONES DE MARKETING 3	MARKETING PERSONAL 3	PATROCINIO DE MARCAS Y SPONSORING 3
						DISEÑO DE LA PROPUESTA DE VALOR 3	INTELIGENCIA COMERCIAL 3	MARKETING Y VENTAS B2B 3	CRÉDITOS OBLIGATORIOS 17
						MÉTRICAS DE MARKETING 3	TALLER DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 3	EMPRENDIMIENTOS DE MARKETING 5.0 3	
						METODOLOGÍAS ÁGILES EN MARKETING 3	CRÉDITOS OBLIGATORIOS 18	CRÉDITOS OBLIGATORIOS 15	
						CRÉDITOS OBLIGATORIOS 20			

Asignaturas obligatorias del Programa de Estudios Generales

Asignaturas obligatorias de la Carrera de Marketing

Asignaturas electivas de la Carrera de Marketing

Asignaturas comunes entre carreras



\*

## RESUMEN DE CRÉDITOS

	CRÉDITOS	CARÁCTER
Estudios Generales	40	Obligatorio
Facultad	151	Obligatorio
Total electivos	18	Electivo
Total créditos	209	

Sujeto a cambio curricular.