

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas
Carrera de Marketing

Normas curriculares

Normas curriculares del plan de estudios

Disposiciones generales

1. Todos los estudiantes de la Carrera de Marketing deben adecuarse al nuevo Plan de Estudios.
2. Para adecuarse al nuevo Plan de Estudios se debe establecer el nivel del estudiante según el Plan de Estudios vigente hasta el período académico 2025-0 (Art. 19° del Reglamento General de Estudios: El nivel académico del estudiante es determinado por la asignatura obligatoria de menor nivel que tiene pendiente de aprobación, tanto para efectos académicos como administrativos.
3. El estudiante puede matricularse en asignaturas obligatorias de cuatro niveles consecutivos a partir del nivel determinado por su ubicación académica.
4. El estudiante debe aprobar las asignaturas obligatorias del nuevo Plan de Estudios, a partir del nivel al que pertenece.
5. Todas las asignaturas aprobadas en el Plan de Estudios vigente hasta el período académico 2025-0 que tengan su equivalente en el nuevo Plan de Estudios, serán reconocidas y por tanto el estudiante no está obligado a cursarlas.
6. Todas las asignaturas aprobadas hasta el período académico 2025-0 serán reconocidas con el creditaje con el que fueron aprobadas.
7. El estudiante que haya desaprobado asignaturas del plan de estudios vigente hasta el período académico 2025-0, está obligado a matricularse en las asignaturas equivalentes, siempre que éstas sean asignaturas de carácter obligatorio en el nuevo Plan de Estudios. La asignatura equivalente deberá llevarse por segunda o tercera vez, según corresponda.
8. El estudiante de pregrado que deje de matricularse en más de ocho períodos académicos regulares acumulables se someterá a la evaluación que realice la unidad académica sobre la vigencia de las materias cursadas, así como a la adecuación al plan de estudios y a las normas vigentes al momento de su reingreso, según lo dispuesto en las presentes normas y en el Reglamento General de Estudios (Art. 36°).
9. Si un alumno cursa todas las asignaturas obligatorias del Programa de Estudios Generales y no alcanza los 40 créditos exigidos, debe cursar asignaturas electivas hasta completar el número de créditos de egreso que exige su carrera.
10. Las convalidaciones de asignaturas que se tramitan para los estudiantes ingresantes por traslado externo o por cambio de carrera se efectúan de acuerdo al nuevo plan de estudios.
11. Los alumnos que hayan cerrado el cuarto nivel al finalizar el 2025-0, quedarán exonerados, de acuerdo con el reglamento, de cursar la asignatura SOCIOLOGÍA DEL CONSUMIDOR.
12. En el caso de los alumnos que desaprueben la asignatura HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA GESTIÓN I de carácter electivo y deben cursar la asignatura HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA GESTIÓN I de carácter obligatorio, se aplicará el concepto de equivalencia selectiva. En el récord académico se consignará como primera vez.

13. Las siguientes asignaturas deberán ser aprobadas, aun cuando en el nuevo Plan de Estudios se halle en un nivel inferior al que pertenece el alumno, sin que esto afecte su nivel de estudios durante los periodos 2025-1, 2025-2 y 2026-0.

Nivel	Asignatura
8	Ética y Sostenibilidad Empresarial
9	Negociación Comercial

Disposiciones de egreso

1. Para completar el Plan de Estudios, el estudiante ingresante a la Universidad a partir del período académico 2025-1, debe aprobar las asignaturas de acuerdo a los créditos que se indican en la siguiente tabla:

CARÁCTER Y ORIGEN DE CRÉDITOS	NÚMERO DE CRÉDITOS
Obligatorios de Estudios Generales	40
Obligatorios de Facultad	151
Electivos de Facultad	18
TOTAL DE CRÉDITOS	209

2. El estudiante debe aprobar un mínimo de 209 créditos para egresar.
3. El estudiante debe aprobar todas las asignaturas obligatorias que su Plan de Estudios exige y debe completar los créditos necesarios para egresar con asignaturas electivas.
4. Las disposiciones de egreso serán las vigentes establecidas por el Reglamento General de Grados y Títulos.

Disposiciones transitorias

1. Durante los Periodos 2025-1, 2025-2 y 2026-0 las siguientes asignaturas tendrán como requisitos los que se indican en la siguiente tabla:

Nivel	Código	Asignatura	Nivel	Código	Requisito
5		Consumidor y Experiencia del Cliente	3	520500	Antropología del Consumidor
6		Investigación Cualitativa de Mercados	3	520500	Antropología del Consumidor
7		Endomarketing y Gestión de Personas	5	2447	Administración de Canales de Distribución

2. Durante los Periodos 2025-1, 2025-2 y 2026-0 las siguientes asignaturas podrán llevarse en paralelo:

Nivel	Asignatura
7	Comunicación e Imagen Corporativa
9	Negociación Comercial

Lima, julio de 2024

Normas curriculares de los diplomas de especialidad

Disposiciones generales

A partir del 2025-1 entrarán en vigencia los siguientes diplomas de especialidad:

DIPLOMA EN COMERCIALIZACIÓN Y TRADE MARKETING

Nivel	COD	Asignatura	TA	CRED	Requisito
8	3161	Inteligencia Comercial	E	3	Dirección Estratégica de Marketing
9	2338	Trade Marketing y Merchandising	O	3	Gerencia de Ventas
9	2340	Marketing de Retailers	E	3	Herramientas Estratégicas de Negocios y Marketing
10	2341	Marketing de Centros Comerciales e Hipermercados	E	3	Gerencia de Ventas
10	2342	Marketing en la Base de la Pirámide	E	3	Métodos y Técnicas de Evaluación de Proyectos
TOTAL DE CRÉDITOS				15	

DIPLOMA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Nivel	COD	Asignatura	TA	CRED	Requisito
5		Consumidor y Experiencia del Cliente / Customer Experience	O	3	Sociología del Consumidor
7	2343	Neuromarketing	E	3	Investigación Cualitativa de Mercados
8	2475	Taller de Investigación de Mercados	E	3	Investigación Cuantitativa de Mercados
8	3161	Inteligencia Comercial	E	3	Dirección Estratégica de Marketing
10	2342	Marketing en la Base de la Pirámide	E	3	Métodos y Técnicas de Evaluación de Proyectos
TOTAL DE CRÉDITOS					

* Los alumnos podrán obtener el diploma de Investigación de Mercados y Comportamiento del Consumidor con el plan vigente al 2025-0, durante los ciclos 2025-1, 2025-2 y 2026-0.

DIPLOMA MARKETING DIGITAL

Nivel	COD	Asignatura	TA	CRED	Requisito
7		Transformación Digital y Marketing	O	3	Publicidad y Medios
7	520506	Diseño de la Propuesta de Valor	E	3	Gestión de Producto y Marca
8	520509	Marketing Mobile	E	3	Transformación Digital y Marketing
9	520513	Analítica de Datos	O	3	Transformación Digital y Marketing
9	520515	Taller de Inbound Marketing	E	3	Transformación Digital y Marketing
TOTAL DE CRÉDITOS				15	

DIPLOMA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LAS MARCAS

Nivel	COD	Asignatura	TA	CRED	Requisito
5	2443	Gestión de Producto y Marca	O	4	Procesos de Marketing
6	520503	Branding	O	3	Gestión de Producto y Marca
7	520504	Diseño de la Propuesta de Valor	E	3	Gestión de Producto y Marca
8	2475	Taller de Investigación de Mercados	E	3	Investigación Cuantitativa de Mercados
9		Marketing y Ventas B2b	E	3	Branding
TOTAL DE CRÉDITOS				16	

DIPLOMA EMPRENDIMIENTO EN MARKETING DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

Nivel	COD	Asignatura	TA	CRED	Requisito
5	2443	Gestión de Producto y Marca	O	4	Procesos de Marketing
7		Transformación Digital y Marketing	O	3	Publicidad y Medios
7		Metodologías Ágiles en Marketing	E	3	Herramientas Informáticas para la Gestión I
8	520510	Simulaciones de Decisiones de Marketing	E	3	Dirección Estratégica de Marketing
9		Emprendimiento de Marketing 5.0	E	3	E-Commerce
TOTAL DE CRÉDITOS				16	

DIPLOMA EMPRENDIMIENTO EN MARKETING DEPORTIVO Y PATROCINIO

Nivel	COD	Asignatura	TA	CRED	Requisito
5	520501	Gestión de Producto y Marca	O	4	Procesos de Marketing
6	520501	Branding	O	3	Gestión de Producto y Marca
8	520501	Gerencia de Marketing Deportivo	E	3	Marketing Social
9		Patrocinio Marcas Deportivas y Sponsoring	E	3	Marketing de Servicios
9		Emprendimiento de Marketing 5.0	E	3	E-Commerce
TOTAL DE CRÉDITOS				16	

DIPLOMA CIENCIA DE DATOS Y MACHINE LEARNING

Nivel	COD	Asignatura	TA	CRED	Requisito
6		Ciencia de Datos Aplicado al Marketing	O	2	Estadística Aplicada al Marketing
7		Métricas de Marketing	E	3	Política y Fijación de Precios
8	520510	Simulación de Decisiones de Marketing	E	3	Dirección Estratégica de Marketing
8	3161	Inteligencia Comercial	E	3	Dirección Estratégica de Marketing
9	520513	Analítica de Datos	O	3	Transformación Digital y Marketing
TOTAL DE CRÉDITOS				14	

Lima, julio de 2024