

Mercadología

SNIES 1172

Un programa profesional con amplias oportunidades laborales orientado al maravilloso mundo del marketing que, desde una visión estratégica y mediante el empleo de herramientas científicas y tecnológicas, profundiza en el estudio de los mercados y, particularmente, en los aspectos socio-humanísticos de los consumidores como factores diferenciadores del estudio del intercambio, promoviendo así la comercialización de ofertas de valor en un mundo globalizado e interconectado.

Duración estimada: 9 semestres
Ofertada en Bogotá
Modalidad: Presencial / Sede: Centro

Plan de estudios n.º 4019 - 4020

Aprobado según el Registro calificado: Resolución n.º 4922 (07/04/2014), 7 años de vigencia

Asignatura	Créditos	Asignatura	Créditos	Asignatura	Créditos
Fundamentos de Matemáticas I	3	Estadística Inferencial	3	Electiva II	3
Perspectivas sobre el Intercambio	3	Macroeconomía	3	Evaluación de Proyectos	3
Proceso Mercadológico	3	Antropología del Consumidor	3	Gerencia Estratégica de Marketing	4
Estudio del Producto	3	Metodologías de Investigación Cualitativa	3	Posicionamiento de la Marca	3
Las TIC en la Gestión Mercadológica	3	Estudio de los Canales y Redes de Distribución	3	Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible	3
Contexto	3	Muestreo	3	Electiva III	3
Fundamentos de Matemáticas II	3	Semiótica del Consumidor	3	Las Organizaciones y la Gestión de la Innovación	3
Fundamentos de Economía	3	Metodologías de Investigación Cuantitativa	3	Gerencia Comercial	4
Comportamiento del Consumidor	3	Finanzas para el Marketing	3	Branding	4
Redes Sociales en la Mercadología	3	Estudio de las Comunicaciones Integradas de Marketing I	3	Auditoría de Marketing	3
Contexto	3	Electiva I	3	Tendencias Contemporáneas de la Economía	3
Estadística Descriptiva	3	Costos y Presupuestos	3	Tendencias de Marketing	4
Microeconomía	3	Estudio de las Comunicaciones Integradas de Marketing II	3	Gestión de Negocios y Emprendimiento	3
Sociología del Consumidor	3	Procesos de Producción	3	Casos y Juegos Gerenciales	3
Estudio del Precio	3	Valor Social y Ambiental de la Marca	3	Marketing Internacional	3
Contexto	3	Análisis Estratégico Digital	4	Proyecto Desarrollo y Lanzamiento de Ofertas de Valor	4

Total de créditos académicos 150

Requisitos y correquisitos de asignaturas

El estudiante debe seguir el plan de estudios teniendo en cuenta los requisitos y correquisitos de asignaturas, sobre los cuales recibirá asesoría por parte de la Coordinación Académica del programa.

Requisitos de grado

1) Aprobar la totalidad de créditos académicos y la opción de grado; 2) demostrar un desempeño en lengua extranjera equivalente al nivel B1, según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas; 3) presentar el examen Saber Pro; 4) pagar el valor del proceso de grado; 5) estar a paz y salvo por todo concepto; 6) entregar copia del trabajo de grado a la Biblioteca; 7) actualizar los datos personales; 8) los demás que disponga la Universidad y el Ministerio de Educación Nacional en sus normativas vigentes.