



COMPETENCIAS DEL PROGRAMA

Formar especialistas de las diferentes disciplinas con una visión amplia e integral, en la comprensión, dominio y gestión en los avances del mercadeo moderno que le permitan diagnosticar, evaluar y ejecutar planes de mercadeo en escenarios cambiantes y donde las decisiones gerenciales conduzcan a un mayor crecimiento y rentabilidad de las empresas.

PLAN DE ESTUDIO

MÓDULOS PRIMER PERÍODO ACADÉMICO	I.,H.	NÚMERO DE CRÉDITOS	PERFIL PROFESOR
Seminario de Investigación	16	1	Los profesores son seleccionados con el perfil de: Especialista y Magister, en ciencias a fines para cada uno de los programas.
Mercadeo de Productos y Servicios	32	2	
Investigación de Mercados	32	2	
Gerencia de Ventas	32	2	
Distribución y Logística	32	2	
Gestión Publicitaria y Promocional	16	1	
Electiva I	16	1	
Electiva II	16	1	
TOTAL	208	13	

MÓDULOS SEGUNDO PERÍODO ACADÉMICO	I.H.	NUMERO DE CRÉDITOS	PERFIL PROFESOR
Gerencia de Mercadeo	32	2	Los profesores son seleccionados con el perfil de: Especialista y Magister, en ciencias a fines para cada uno de los programas.
Gestión Financiera para el Mercadeo	32	2	
Mercados Internacionales	32	2	
Nuevas Tendencias del Consumidor	16	1	
Comunicaciones Integradas al Mercadeo	32	2	
Gerencia de Proyectos	32	2	
Electiva III	16	1	
TOTAL	192	12	

Este módulo será escogido por el grupo en conceso:

ELECTIVA I	I.H.	CRÉD.	ELECTIVA II	I.H.	CRÉD.	ELECTIVA III	I.H.	CRÉD.
Gerencia del Talento Humano	16	1	Mercadeo Relacional	16	1	Auditoría para Marketing	16	1
Derecho Laboral	16	1	Merchandising	16	1	Marketing de usos Especiales	16	1
Gestión Ambiental y Responsabilidad Social	16	1	Franquicias	16	1	Comercio Electrónico	16	1
Prospectiva Estratégica	16	1	Legislación Aduanero y Comercial	16	1	Neuromarketing	16	1
Negociación y Resolución de Conflictos	16	1	Estrategia de Precios	16	1	Relaciones públicas	16	1
Gerencia de Proyectos	16	1	Seminario de Actualización en el Área	16	1	Seminario de Actualización en el Área	16	1