

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO ESTRATÉGICO



SEMESTRE	MATERIA	ÁREA	CRÉDITOS	TRABAJO EN AULA		TOTAL TP + TI
				T. PRÁCTICO	T. INDEPENDIENTE	
1	Teoría General del Mercado	Área profundización mercadeo	2	30	66	96
	Mercados Globales	Área básica Economía, Finanzas y Administración	2	30	66	30
	Comportamiento del Consumidor e Investigación de Mercados	Área profundización mercadeo	3	50	94	50
	Finanzas Aplicadas al Mercadeo	Área básica Economía, Finanzas y Administración	3	40	104	40
	Gerencia Estratégica de Producto, Marca y Precio	Área profundización mercadeo	2	36	60	36
2	Gerencia Estratégica de Comunicaciones Integradas de Mercadeo	Área profundización mercadeo	2	28	68	28
	Gerencia Estratégica del Servicio	Área profundización mercadeo	2	24	72	24
	Gerencia Estratégica de Distribución y Logística	Área profundización mercadeo	2	28	68	28
	Electiva Institucional (Creatividad e Innovación)	Área Electiva o complementaria	2	25	71	25
3	Gerencia Estratégica de Mercadeo y Auditoría de Mercados	Área profundización mercadeo	3	40	104	40
	Juego Gerencial	Área básica Economía, Finanzas y Administración	1	20	28	20
	Electiva del Programa (Marketing Digital)	Área Electiva o complementaria	2	25	71	25
	Seminario de Investigación	Área de investigación	2	2	94	2
			28	378	966	444