



FACULTAD DE NEGOCIOS
PROGRAMA DE MARKETING INTERNACIONAL
MODALIDAD: SEMIPRESENCIAL
PLAN DE ESTUDIOS 2024
PERIODO CATÁLOGO: 224000

CICLO	CÓDIGO BANNER	CURSO	CR	HT	HP	HL	PC	REQUISITOS
1	RRHH1101	DESARROLLO DEL TALENTO (*)	2	2	0	0	0	
	MATH1001	COMPLEMENTOS DE MATEMÁTICA (*)	5	4	2	0	0	
	MARK1105	INTRODUCCIÓN AL MARKETING	4	4	0	0	0	
	HUMA1306	CIUDADANÍA GLOBAL (*)	2	2	0	0	0	
	MAGM1101	ADMINISTRACIÓN	4	4	0	0	0	
	LENG1001	COMUNICACIÓN 1 (*)	5	4	2	0	0	
TOTAL CICLO			22	20	4	0	0	
2	MATH1100A	MATEMÁTICA BÁSICA (*)	5	4	2	0	0	COMPLEMENTOS DE MATEMÁTICA (*)
	INFO1120A	HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS (*)	2	0	0	2	2	
	MARK1205	GESTIÓN DE PRODUCTO Y MARCA	4	2	2	0	2	INTRODUCCIÓN AL MARKETING
	CONT1106	CONTABILIDAD GENERAL	3	2	0	2	0	
	LENG1002	COMUNICACIÓN 2 (*)	5	4	2	0	0	COMUNICACIÓN 1 (*)
TOTAL CICLO			19	12	6	4	4	
3	MARK1002I	MARKETING DE SERVICIOS	3	2	0	0	2	
	FINN1303A	COSTOS Y PRESUPUESTOS	3	2	0	2	0	CONTABILIDAD GENERAL
	MARK1003I	CANALES DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL	4	2	2	0	2	GESTIÓN DE PRODUCTO Y MARCA
	INVE1101	METODOLOGÍA UNIVERSITARIA (*)	3	2	2	0	0	
	MARK1004I	MARKETING SOCIAL	2	0	2	0	2	
	MARK1213	COMPORTAMIENTO Y DERECHO DEL CONSUMIDOR	3	2	2	0	0	GESTIÓN DE PRODUCTO Y MARCA
TOTAL CICLO			18	10	8	2	6	
4	ECON1209A	MICROECONOMÍA PARA ADMINISTRADORES (*)	3	2	2	0	0	COMPLEMENTOS DE MATEMÁTICA (*)
	IUVM1001I	MATEMÁTICAS FINANCIERAS (*)	5	1	0	0	8	
	MAGM1309	GESTIÓN DE PROCESOS Y OPERACIONES	3	2	2	0	0	ADMINISTRACIÓN
	STAT1203A	PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA (*)	5	4	2	0	0	MATEMÁTICA BÁSICA (*)
	PUBL1310	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE VENTAS	3	2	2	0	0	CANALES DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL
TOTAL CICLO			19	11	8	0	8	
5	MARK1338A	MARKETING DIRECTO Y CRM	4	2	2	0	2	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE VENTAS
	MARK1331A	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 1	6	2	0	2	6	PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA (*)
	HUMA1111	RESPONSABILIDAD SOCIAL (*)	2	2	0	0	0	
	RRHH1303	EMPLEABILIDAD (*)	4	2	0	0	4	DESARROLLO DEL TALENTO (*)
	IUVM1002I	TRANSFORMAR PARA IMPACTAR (*)	5	1	0	0	8	
TOTAL CICLO			21	9	2	2	20	
6	EMPR1303	IMPLEMENTACIÓN	3	2	0	0	2	CANALES DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL
	IUVM1003I	MACROECONOMÍA (*)	5	1	0	0	8	
	HUMA1406	PROYECTO SOCIAL (*)	1	1	0	0	0	RESPONSABILIDAD SOCIAL (*)
	MARK1332	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 2	6	2	2	2	4	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 1
	FINN1306B	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA (*)	3	2	2	0	0	COSTOS Y PRESUPUESTOS
TOTAL CICLO			18	8	4	2	14	
7	MARK1005I	ESTRATEGIA DE PRECIOS	4	4	0	0	0	COSTOS Y PRESUPUESTOS
	MARK1334A	GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES (*)	3	2	2	0	0	MARKETING DIRECTO Y CRM
	PUBL1410A	DISEÑO Y PRODUCCIÓN PUBLICITARIA	4	2	0	2	2	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE VENTAS
	MARK1411	DESARROLLO Y LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS	5	2	2	0	4	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 2
	IUVM1004I	RÉGIMEN LEGAL DE LA MERCADOTECNIA (*)	5	1	0	0	8	MACROECONOMÍA (*)
TOTAL CICLO			21	11	4	2	14	
8		ELECTIVO (*)	4	4	0	0	0	EMPLEABILIDAD (*)
	INVE1466I	INMERSIÓN AL TRABAJO (*)	5	2	0	0	6	EMPLEABILIDAD (*) + ESTRATEGIA DE PRECIOS
	MARK1007I	PLAN ESTRATÉGICO INTERNACIONAL	3	2	0	0	2	
	MARK1008I	MEDIOS DIGITALES	4	2	0	2	2	GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES (*)
	IUVM1005I	FUNDAMENTOS DE LA CIENCIA DE DATOS (*)	5	1	0	0	8	MACROECONOMÍA (*)
TOTAL CICLO			21	11	0	2	18	
9	COME1409B	TALLER DE VENTAS PARA EMPRENDEDORES	4	4	0	0	0	
	IUVM1007I	ENFOQUES DE LA MERCADOTECNIA (*)	5	1	0	0	8	RÉGIMEN LEGAL DE LA MERCADOTECNIA (*)
	IUVM1008I	NARRATIVA CON DATOS (*)	5	1	0	0	8	FUNDAMENTOS DE LA CIENCIA DE DATOS (*)
	IUVM1006I	TALLER DE FORTALECIMIENTO AL EGRESO I (*)	5	1	0	0	8	FUNDAMENTOS DE LA CIENCIA DE DATOS (*)
TOTAL CICLO			19	7	0	0	24	
10	IUVM1009I	MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA (*)	5	1	0	0	8	ENFOQUES DE LA MERCADOTECNIA (*)
	IUVM1010I	TALLER DE FORTALECIMIENTO AL EGRESO II (*)	5	1	0	0	8	TALLER DE FORTALECIMIENTO AL EGRESO I (*)
	TINE1005	TRABAJO DE INVESTIGACIÓN (*)	8	4	0	0	8	INMERSIÓN AL TRABAJO (*)
	PSOR1501A	NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS	4	4	0	0	0	
TOTAL CICLO			22	10	0	0	24	
TOTAL PLAN DE ESTUDIOS			200	109	36	14	132	

CICLO	CÓDIGO BANNER	ELECTIVOS	CR	HT	HP	HL	PC
8	MAGM1513	EXPRESIÓN CORPORAL PARA LOS NEGOCIOS (*)	4	4	0	0	0
8	MARK1521	MARKETING DIGITAL Y ANALÍTICA WEB (*)	4	4	0	0	0

LEYENDA	
CR	N° de Créditos
HT	Horas de desarrollo teórico
HP	Horas de desarrollo práctico
HL	Horas de desarrollo práctico en laboratorio
PC	Horas de práctica de campo
El Plan de Estudios indica horas por semana para un semestre académico de 16 semanas.	
(*) A distancia asincrónico (cursos virtuales)	
(**) A distancia síncrono (cursos remotos)	

Para optar el grado de Bachiller en Marketing Internacional es indispensable cumplir con los requisitos establecido en el Reglamento de Grados y Títulos vigente.