



FACULTAD DE NEGOCIOS
PROGRAMA DE MARKETING INTERNACIONAL
MODALIDAD: SEMIPRESENCIAL
PLAN DE ESTUDIOS 2025
PERIODO CATÁLOGO: 225000

CICLO	CÓDIGO BANNER	CURSO	CR TOTAL	CR PRES	CR VIRT	Horas presenciales				Horas a distancia asincrónicas				Horas a distancia sincrónicas				REQUISITOS	
						HT	HP	HL	PC	HT	HP	HL	PC	HT	HP	HL	PC		
1	RRH2503	DESARROLLO DEL TALENTO	2	1	1	0	0	0	2	1	0	0	0						
	MATH2501	COMPLEMENTOS DE MATEMÁTICA	5	3	2	0	4	0	2	2	0	0	0						
	MARK1106	INTRODUCCIÓN AL MARKETING	4	4	0	4	0	0	0										
	HUMA2506	CIUDADANÍA GLOBAL	2	1	1	0	0	0	2	1	0	0	0						
	MAGM1101	ADMINISTRACIÓN	4	4	0	4	0	0	0										
	LENG2501	COMUNICACIÓN 1	5	3	2	0	4	0	2	2	0	0	0						
		TOTAL CICLO	22	16	6														
2	MATH2503	MATEMÁTICA BÁSICA	5	3	2	0	4	0	2	2	0	0	0					COMPLEMENTOS DE MATEMÁTICA	
	INFO120A	HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS	2	0	2					2	0	0	0					INTRODUCCIÓN AL MARKETING	
	MARK1205	GESTIÓN DE PRODUCTO Y MARCA	4	4	0	2	2	0	2										
	CONT1106	CONTABILIDAD GENERAL	3	3	0	2	0	2	0										
	LENG2502	COMUNICACIÓN 2	5	3	2	0	4	0	2	2	0	0	0					COMUNICACIÓN 1	
		TOTAL CICLO	19	13	6														
3	MARK1002	MARKETING DE SERVICIOS	3	3	0	2	0	0	2										
	FINN1303A	COSTOS Y PRESUPUESTOS	3	3	0	2	0	2	0									CONTABILIDAD GENERAL	
	MARK1003	CANALES DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL	4	4	0	2	2	0	2									GESTIÓN DE PRODUCTO Y MARCA	
	INVE2506	METODOLOGÍA UNIVERSITARIA	3	1	2	0	0	0	2	2	0	0	0						
	ECON1209A	MICROECONOMÍA PARA ADMINISTRADORES	3	0	3					2	2	0	0						COMPLEMENTOS DE MATEMÁTICA
	MARK1213	COMPORTAMIENTO Y DERECHO DEL CONSUMIDOR	3	3	0	2	2	0	0										GESTIÓN DE PRODUCTO Y MARCA
		TOTAL CICLO	19	14	5														
4	MARK1004	MARKETING SOCIAL	2	2	0	0	2	0	2										
	STAT2501	PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA	5	3	2	0	4	0	2	2	0	0	0					MATEMÁTICA BÁSICA	
	IJVM1026I	DERECHO MERCANTIL	5	0	5					1	0	0	8						
	IJVM1027I	MERCADOTECNIA COMERCIAL	5	0	5					1	0	0	8						
	IJVM1003I	MACROECONOMÍA	5	0	5					1	0	0	8						
		TOTAL CICLO	22	5	17														
5	MAGM1309	GESTIÓN DE PROCESOS Y OPERACIONES	3	3	0	2	2	0	0										
	MARK1331A	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 1	6	6	0	2	0	2	6									ADMINISTRACIÓN	
	HUMA2505	RESPONSABILIDAD SOCIAL	2	1	1	0	0	0	2	1	0	0	0					PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA	
	RRH2504	EMPLEABILIDAD	4	2	2	0	0	0	4	2	0	0	0					DESARROLLO DEL TALENTO	
	IJVM1004I	RÉGIMEN LEGAL DE LA MERCADOTECNIA	5	0	5					1	0	0	8					MACROECONOMÍA	
		TOTAL CICLO	20	12	8														
6	EMPR1303	IMPLEMENTACIÓN	3	3	0	2	0	0	2										
	HUMA1406	PROYECTO SOCIAL	1	0	1					1	0	0	0					CANALES DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL	
	PUBL1310	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE VENTAS	3	3	0	2	2	0	0									RESPONSABILIDAD SOCIAL	
	FINN1306B	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA	3	0	3					2	2	0	0					CANALES DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL	
	IJVM1007I	ENFOQUES DE LA MERCADOTECNIA	5	0	5					1	0	0	8					COSTOS Y PRESUPUESTOS	
	IJVM1005I	FUNDAMENTOS DE LA CIENCIA DE DATOS	5	0	5					1	0	0	8					RÉGIMEN LEGAL DE LA MERCADOTECNIA	
		TOTAL CICLO	20	6	14													MACROECONOMÍA	
7	MARK1005I	ESTRATEGIA DE PRECIOS	4	4	0	4	0	0	0									COSTOS Y PRESUPUESTOS	
	MARK1332	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 2	6	6	0	2	2	2	4									INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 1	
	IJVM1028I	INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS	5	0	5					1	0	0	8						
	IJVM1008I	NARRATIVA CON DATOS	5	0	5					1	0	0	8					FUNDAMENTOS DE LA CIENCIA DE DATOS	
			TOTAL CICLO	20	10	10													
8	MARK1338A	MARKETING DIRECTO Y CRM	4	4	0	2	2	0	2										
	MARK1334A	GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES	3	0	3					2	2	0	0					PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE VENTAS	
	INVE1466I	INMERSIÓN AL TRABAJO	5	0	5					2	0	0	6					IMPLEMENTACIÓN	
	MARK1007I	PLAN ESTRATÉGICO INTERNACIONAL	3	3	0	2	0	0	2									EMPLEABILIDAD + ESTRATEGIA DE PRECIOS	
	PUBL1410A	DISEÑO Y PRODUCCIÓN PUBLICITARIA	4	4	0	2	0	2	2									PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE VENTAS	
		TOTAL CICLO	19	11	8														
9	MARK1411	DESARROLLO Y LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS	5	5	0	2	2	0	4										
	MARK1008I	MEDIOS DIGITALES	4	4	0	2	0	2	2									INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 2	
	IJVM1009I	MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA	5	0	5					1	0	0	8					GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES	
	IJVM1029I	VENTAS CONSULTIVAS	5	0	5					1	0	0	8					ENFOQUES DE LA MERCADOTECNIA	
			TOTAL CICLO	19	9	10													
10	COME1409B	ELECTIVO	4	0	4					4	0	0	0					EMPLEABILIDAD	
	TNE2506	TALLER DE VENTAS PARA EMPRENDEDORES	4	4	0	4	0	0	0										
	PSOR1501A	TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	8	4	4	0	0	0	8					4	0	0	0	INMERSIÓN AL TRABAJO	
		NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS	4	4	0	4	0	0	0										
		TOTAL CICLO	20	12	8														
TOTAL PLAN DE ESTUDIOS			200	106	92														

LEYENDA	
CR	N° de Créditos
HT	Horas de desarrollo teórico
HP	Horas de desarrollo práctico en laboratorio
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.	

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