



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					
		<b>TOTAL CICLO</b>	<b>22</b>	<b>16</b>	<b>6</b>													
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
		<b>TOTAL CICLO</b>	<b>19</b>	<b>13</b>	<b>6</b>													
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
		<b>TOTAL CICLO</b>	<b>19</b>	<b>14</b>	<b>5</b>													
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					
		<b>TOTAL CICLO</b>	<b>22</b>	<b>5</b>	<b>17</b>													
5	MAGM1309	GESTIÓN DE PROCESOS Y OPERACIONES	3	3	0	2	2	0	0									ADMINISTRACIÓN
	MARK1331A	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 1	6	6	0	2	0	2	6									PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA
	HUMA2505	RESPONSABILIDAD SOCIAL	2	1	1	0	0	0	2	1	0	0	0					
	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
		<b>TOTAL CICLO</b>	<b>20</b>	<b>12</b>	<b>8</b>													
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
		<b>TOTAL CICLO</b>	<b>20</b>	<b>6</b>	<b>14</b>													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
			<b>TOTAL CICLO</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>10</b>												
8	MARK1338A	MARKETING DIRECTO Y CRM	4	4	0	2	2	0	2									PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE VENTAS
	MARK1334A	GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES	3	0	3					2	2	0	0					IMPLEMENTACIÓN
	INVE1466I	INMERSIÓN AL TRABAJO	5	0	5					2	0	0	6					EMPLEABILIDAD + ESTRATEGIA DE PRECIOS
	MARK1007I	PLAN ESTRATÉGICO INTERNACIONAL	3	3	0	2	0	0	2									
	PUBL1410A	DISEÑO Y PRODUCCIÓN PUBLICITARIA	4	4	0	2	0	2	2									PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE VENTAS
		<b>TOTAL CICLO</b>	<b>19</b>	<b>11</b>	<b>8</b>													
9	MARK1411	DESARROLLO Y LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS	5	5	0	2	2	0	4									INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 2
	MARK1008I	MEDIOS DIGITALES	4	4	0	2	0	2	2									GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES
	IJVM1009I	MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA	5	0	5					1	0	0	8					ENFOQUES DE LA MERCADOTECNIA
	IJVM1029I	VENTAS CONSULTIVAS	5	0	5					1	0	0	8					
			<b>TOTAL CICLO</b>	<b>19</b>	<b>9</b>	<b>10</b>												
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									
		<b>TOTAL CICLO</b>	<b>20</b>	<b>12</b>	<b>8</b>													
		<b>TOTAL PLAN DE ESTUDIOS</b>	<b>200</b>	<b>106</b>	<b>92</b>													

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.