

PLAN DE ESTUDIOS 2017-2
PROGRAMA DE MERCADEO
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

SEMESTRE	I				II				III				IV				V				VI				VII				VIII				IX				TOTAL				
	ESPACIO ACADÉMICO	CRÉDITOS	HORAS PRESENCIALES	HORAS AUTÓNOMAS	ESPACIO ACADÉMICO	CRÉDITOS	HORAS PRESENCIALES	HORAS AUTÓNOMAS	ESPACIO ACADÉMICO	CRÉDITOS	HORAS PRESENCIALES	HORAS AUTÓNOMAS	ESPACIO ACADÉMICO	CRÉDITOS	HORAS PRESENCIALES	HORAS AUTÓNOMAS	ESPACIO ACADÉMICO	CRÉDITOS	HORAS PRESENCIALES	HORAS AUTÓNOMAS	ESPACIO ACADÉMICO	CRÉDITOS	HORAS PRESENCIALES	HORAS AUTÓNOMAS	ESPACIO ACADÉMICO	CRÉDITOS	HORAS PRESENCIALES	HORAS AUTÓNOMAS	ESPACIO ACADÉMICO	CRÉDITOS	HORAS PRESENCIALES	HORAS AUTÓNOMAS	CRÉDITOS	HORAS PRESENCIALES	HORAS AUTÓNOMAS	%					
Los procesos de intercambio, los mercados y otros escenarios de intercambio	FUNDAMENTOS DE MERCADERO	3	4	5					ESTRATEGIA DE PRODUCTO	3	4	5					ESTRATEGIA DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN	3	4	5	PROMOCIÓN DE VENTAS Y MERCHANDISING	3	4	5					E - BUSINESS (EN INGLÉS)	3	4	5	DATA MINING	3	4	5	27	40	36	18%	
	MATEMÁTICA I	2	4	2	MATEMÁTICA II	2	4	2																																	
El consumidor	MICROECONOMÍA	3	4	5	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	2	4	2	SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO	3	4	5	PSICOLOGÍA DEL CONSUMO	3	4	5	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I (CUALITATIVA)	3	4	5	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II (CUANTITATIVA)	3	4	5														25	40	35	17%
									ESTADÍSTICA I	2	4	2	ESTADÍSTICA II	2	4	2																									
Las Marcas					CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN MARKETING	3	4	5								PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	3	4	5					BRANDING I - ESTRATEGIA DE MARCA	3	4	5	BRANDING II - MEDICIÓN DE LA MARCA	3	4	5					12	16	20	8%		
Los procesos de gestión del marketing									TEORÍA ADMINISTRATIVA Y DE LAS ORGANIZACIONES	3	4	5	PRICING	3	4	5					GERENCIA DE VENTAS	3	4	5	EMPRENIMIENTO Y PLAN DE NEGOCIOS	3	4	5	STRATEGIC MARKETING MANAGEMENT (EN INGLÉS)	3	4	5					45	80	59	30%	
					CONTABILIDAD BÁSICA	3	4	5	MATEMÁTICA FINANCIERA	2	4	2	COSTOS Y PRESUPUESTOS	3	4	5																									
					FILOSOFÍA INSTITUCIONAL	2	4	2					EPISTEMOLOGÍA	2	4	2	FILOSOFÍA POLÍTICA	2	4	2		ÉTICA	2	4	2																
					CÁTEDRA HENRY DIDON	-	4	-																																	
					COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA	2	4	2																																	
COMPONENTE FLEXIBLE																																									
TOTAL SEMESTRE		14	28	18		17	28	18		14	24	18		15	24	21		16	24	24		17	24	27		16	24	24		15	20	25		148	252	195	100%				