

Plan de Estudios 2010-01
Programa de Mercadeo
Universidad Santo Tomás

SEMESTRE	I			II			III			IV			V			VI			VII			VIII			TOTAL				
	ESPACIO ACADÉMICO	H	C	ESPACIO ACADÉMICO	H	C	ESPACIO ACADÉMICO	H	C	ESPACIO ACADÉMICO	H	C	ESPACIO ACADÉMICO	H	C	ESPACIO ACADÉMICO	H	C	ESPACIO ACADÉMICO	H	C	ESPACIO ACADÉMICO	H	C	H	C	%		
Núcleos problemáticos																													
Los procesos de intercambio				FUNDAMENTOS DE MERCADEO	6	4	MERCADEO I GESTIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	6	4	MERCADEO II CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA	6	4				GERENCIA DE LA PRODUCCIÓN LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL	4	3									22	15	11%
El consumidor	FUNDAMENTOS DE MICROECONOMÍA	4	3							PSICOLOGÍA Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	4	3				INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	4	3	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	4	3						24	16	12%
Las Marcas													MERCADEO III COMUNICACIÓN I PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	6	4	MERCADEO IV COMUNICACIÓN II PROMOCIÓN Y MERCHANDISING	6	4									16	11	8%
Los mercados y otros escenarios de intercambio							E-COMMERCE - E-BUSINESS	4	3	MERCADEO INTERNACIONAL Y FUNDAMENTOS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES	4	3						MARKETING GREEN	4	3						24	15	11%	
							FUNDAMENTOS DE MACROECONOMÍA	4	2										DERECHO CONSTITUCIONAL Y LABORAL	4	2	DERECHO COMERCIAL Y PUBLICITARIO	4	2					
Los procesos de gestión del Marketing													SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN MERCADEO	4	3	GERENCIA DE VENTAS	4	3									96	56	41%
	MATEMÁTICAS I	4	3	MATEMÁTICAS II	4	3				MATEMÁTICAS FINANCIERAS	4	2																	
				CONTABILIDAD EMPRESARIAL DE COSTOS	4	2							FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE MERCADEO	4	3														
	TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO	4	3	TEORÍA ORGANIZACIONAL (EMPREDIMIENTO)	4	2							GERENCIA DEL TALENTO HUMANO	4	3	GERENCIA ESTRATÉGICA Y PROSPECTIVA DEL MERCADEO	4	3	AUDITORÍA DE MERCADEO	4	3								
	FILOSOFÍA INSTITUCIONAL	4	3	ANTROPOLOGÍA	4	3	CULTURA TEOLÓGICA	4	3	EPISTEMOLOGÍA	4	3	FILOSOFÍA POLÍTICA	4	3							ÉTICA	4	3					
	CÁTEDRA HENRY DIDNÓN	4	0																										
	IDIOMA EXTRANJERO I	4	1	IDIOMA EXTRANJERO II	4	1	IDIOMA EXTRANJERO III	4	1	IDIOMA EXTRANJERO IV	4	1	IDIOMA EXTRANJERO V	4	1														
COMPONENTE FLEXIBLE							CÁTEDRA OPCIONAL INSTITUCIONAL	4	3							ELECTIVA I	4	2	ELECTIVA II	4	2						60	23	17%
																		ELECTIVA DISCIPLINAR I	4	3	ELECTIVA DISCIPLINAR II (Branding II)	4	3						
																						PRÁCTICA PROFESIONAL	40	10					
TOTAL SEMESTRE		24	13		26	15		30	18		30	18		30	20		26	18		24	16		52	18		242	136	100%	