



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE MARKETING**  
**INFORMACIÓN DEL PLAN CURRICULAR 2019-1**

**OCTUBRE, 2018**



## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

PLAN DE ESTUDIOS 2019-1

TABLA DE EQUIVALENCIAS DE ASIGNATURAS

RESUMEN DE LAS MODIFICACIONES DEL PLAN DE ESTUDIOS 2019-1

MALLA CURRICULAR PARA EL PERIODO 2019-1

PLAN DE ESTUDIOS DE LOS DIPLOMAS DE ESPECIALIDAD

NORMAS CURRICULARES PARA LOS DIPLOMAS DE ESPECIALIDAD

NORMAS CURRICULARES DE LA CARRERA DE MARKETING

CONTACTOS

## INTRODUCCIÓN

Se desarrollan nuevas corrientes de Marketing en base a los cambios sociales, culturales, económicos y tecnológicos. Las nuevas tendencias de innovación y la transformación digital, la inteligencia artificial, big data, experiencia del cliente, muestran modelos de negocios impactantes a nivel global. Los profesionales de Marketing de hoy, enfrentan situaciones diferentes, cada vez más difíciles y retadoras, de mayor exigencia profesional.

El propósito de la carrera de Marketing es formar profesionales responsables y éticos que generen beneficios a la sociedad y a la comunidad, desarrollando ofertas de productos con alto valor y que generen beneficios al consumidor ahora, y en el largo plazo. Es un profesional convencido de la importancia de la responsabilidad social y la sustentabilidad. Es un líder inspirador, moderno, tecnológico, que percibe los cambios en el consumidor y las estructuras de un mercado.

La malla curricular 2019-1 de la carrera de Marketing, se desarrolló tomando en cuenta los cambios y tendencias del mercado y las necesidades de la comunidad empresarial y académica. Estamos incluyendo asignaturas que refuerzan la investigación, así como nuevas asignaturas que nos permiten desarrollar propuestas de valor basadas en la innovación y la gestión de marcas. Además, tendremos asignaturas que refuercen el conocimiento de la tecnología y el marketing digital para un mejor análisis y toma de decisiones.

La nueva malla curricular apoyará el desarrollo de competencias sistémicas, así como a adaptarse a nuevas situaciones de mercado, y entender culturas y costumbres del mercado global. El profesional de Marketing estará preparado para diseñar y dirigir proyectos de marketing sustentables y equitativos, contribuyendo a desarrollar productos y marcas responsables con el medio ambiente y las comunidades.



FACULTAD DE CIENCIAS  
EMPRESARIALES Y ECONOMICAS  
CARRERA DE MARKETING

PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE MARKETING  
(Plan vigente desde el Período 2019-1)

PRIMER NIVEL

DEP.	COD.	ASIGNATURA	REQUISITO	COD.	CRED	CAR	HORAS		
							TEO	PRA	TOT
5111	6507	GLOBALIZACIÓN Y REALIDAD NACIONAL	-----		4	0	2	4	6
5111	6506	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN I	-----		5	0	4	2	6
5111	6508	METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN	-----		3	0	2	2	4
5111	6505	DESARROLLO PERSONAL Y SOCIAL	-----		3	0	2	2	4
5111	6382	MATEMÁTICA BÁSICA	-----		5	0	4	2	6
<b>TOTAL</b>					<b>20</b>	<b>0</b>			

SEGUNDO NIVEL

DEP.	COD.	ASIGNATURA	REQUISITO	COD.	CRED	CAR	HORAS		
							TEO	PRA	TOT
5111	6510	ECONOMÍA Y EMPRESA	-----		3	0	2	2	4
5111	6511	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN II	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN I	6506	3	0	2	2	4
5111	6512	PROCESOS SOCIALES Y POLÍTICOS	-----		3	0	2	2	4
5111	6513	TEMAS DE FILOSOFÍA	-----		3	0	2	2	4
5111	6502	ESTADÍSTICA BÁSICA PARA LOS NEGOCIOS	MATEMÁTICA BÁSICA	6382	3	0	2	2	4
5111	6337	MATEMÁTICA APLICADA A LOS NEGOCIOS	MATEMÁTICA BÁSICA	6382	5	0	4	2	6
<b>TOTAL</b>					<b>20</b>	<b>0</b>			

**TERCER NIVEL**

DEP.	COD.	ASIGNATURA	REQUISITO	COD.	CRED	CAR	HORAS		
							TEO	PRA	TOT
		ESTADISTICA EMPRESARIAL I	ESTADÍSTICA BÁSICA PARA LOS NEGOCIOS	6502	4	O	3	2	5
5410	4123	CONTABILIDAD GENERAL	MATEMATICA APLICADA A LOS NEGOCIOS	6337	4	O	3	2	5
		ANTROPOLOGIA DEL CONSUMIDOR	TEMAS DE FILOSOFIA	6510	3	O	4	0	4
		FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION	ECONOMÍA Y EMPRESA	6510	4	O	4	0	4
		INTRODUCCION A LAS FINANZAS	MATEMATICA APLICADA A LOS NEGOCIOS	6337	3	O	2	2	4
5310	3232	MATEMATICA PARA LA GESTION DE NEGOCIOS	MATEMATICA APLICADA A LOS NEGOCIOS	6337	4	O	3	2	5
		HERRAMIENTAS INFORMATICAS PARA LA GESTION I	ECONOMÍA Y EMPRESA	6510	3	E	2	2	4
<b>TOTAL</b>					<b>22</b>				

**CUARTO NIVEL**

DEP.	COD.	ASIGNATURA	REQUISITO	COD.	CRED	CAR	HORAS		
							TEO	PRA	TOT
5410	4384	COSTOS Y PRESUPUESTOS	CONTABILIDAD GENERAL	4123	4	O	3	2	5
5011	6291	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	ANTROPOLOGIA DEL CONSUMIDOR		3	O	2	2	4
5210		FUNDAMENTOS DE MARKETING / MARKETING FUNDAMENTALS	PROCESOS SOCIALES Y POLÍTICOS	6512	3	O	2	2	4
		ESTADISTICA EMPRESARIAL II	ESTADISTICA EMPRESARIAL I		4	O	3	2	5
5210	2091	PLANEAMIENTO Y CONTROL EMPRESARIAL	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION		3	O	2	2	4
5310	3326	MICROECONOMIA / MICROECONOMICS	ECONOMÍA Y EMPRESA	6510	3	O	2	2	4
		HERRAMIENTAS INFORMATICAS PARA LA GESTION I	HERRAMIENTAS INFORMATICAS PARA LA GESTION I		3	E	2	2	4
<b>TOTAL</b>					<b>20</b>				

QUINTO							HORAS		
DEP.	COD.	ASIGNATURA	REQUISITO	COD.	CRED	CAR	TEO	PRA	TOT
		ESTADISTICA APLICADA AL MARKETING	ESTADISTICA EMPRESARIAL II		4	O	3	2	5
5210	2089	ORGANIZACIÓN Y DIRECCION EMPRESARIAL	PLANEAMIENTO Y CONTROL EMPRESARIAL	2091	3	O	2	2	4
6110		DERECHO COMERCIAL	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION		3	E	2	2	4
5410	4125	ELABORACION DE ESTADOS FINANCIEROS	COSTOS Y PRESUPUESTOS	4384	3	O	2	2	4
			INTRODUCCION A LAS FINANZAS						
5210	2447	ADMINISTRACIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN	FUNDAMENTOS DE MARKETING / MARKETING FUNDAMENTALS		4	O	4	0	4
5310	3325	MACROECONOMIA / MACROECONOMICS	MICROECONOMIA / MICROECONOMICS	33.26	3	O	2	2	4
5210	2443	GESTIÓN DE PRODUCTO Y MARCA	FUNDAMENTOS DE MARKETING / MARKETING FUNDAMENTALS		4	O	3	2	5
<b>TOTAL</b>					<b>21</b>	<b>O</b>			

SEXTO NIVEL							HORAS		
DEP.	COD.	ASIGNATURA	REQUISITO	COD.	CRED	CAR	TEO	PRA	TOT
5210	2448	POLÍTICA Y FIJACIÓN DE PRECIOS	MACROECONOMIA	3325	4	O	3	2	5
5210	2454	OPERACIONES LOGISTICAS DE MARKETING	ADMINISTRACION DE CANALES DE DISTRIBUCION	2447	3	O	2	2	4
5210	2333	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA DE MERCADOS	ESTADISTICA APLICADA AL MARKETING		3	O	2	2	4
5210	2444	PUBLICIDAD Y MEDIOS	GESTIÓN DE PRODUCTO Y MARCA	2443	4	O	3	2	5
		BRANDING	GESTIÓN DE PRODUCTO Y MARCA	2443	3	O	2	2	4
		DISEÑO DE LA PROPUESTA DE VALOR	GESTIÓN DE PRODUCTO Y MARCA	2443	3	E	3	0	3
5210	2332	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE MERCADOS	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	6291	3	O	2	2	4
4129	4129	GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN	ORGANIZACIÓN Y DIRECCION EMPRESARIAL	2089	3	E	2	2	4
<b>TOTAL</b>					<b>20</b>	<b>O</b>			

## SÉPTIMO NIVEL

DEP.	COD.	ASIGNATURA	REQUISITO	COD.	CRED	CAR	HORAS		
							TEO	PRA	TOT
5210	2418	ESTRATEGIAS DE MARKETING	INVESTIGACION CUANTITATIVA DE MERCADOS	2333	3	O	2	2	4
5210	2450	FINANZAS PARA MARKETING	ELABORACION DE ESTADOS FINANCIEROS	4125	4	O	3	2	5
5210	2460	MARKETING SOCIAL	INVEST. CUANTITATIVA DE MERCADOS	2333	3	O	2	2	4
5210	2343	NEUROMARKETING	INVEST. CUALITATIVA DE MERCADOS	2332	3	E	2	2	4
5210	2455	COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA	PUBLICIDAD Y MEDIOS	2444	3	O	2	2	4
		MARKETING DIGITAL	PUBLICIDAD Y MEDIOS	2444	3	O	2	2	4
5210	4163	GESTIÓN DE PERSONAS Y DESARROLLO HUMANO	ORGANIZACIÓN Y DIRECCION EMPRESARIAL	2089	3	O	2	2	4
5210	4164	PROMOCIÓN Y MARKETING BTL	POLÍTICA Y FIJACIÓN DE PRECIOS	2448	3	E	2	2	4
<b>TOTAL</b>					<b>19</b>				

## OCTAVO NIVEL

DEP.	COD.	ASIGNATURA	REQUISITO	COD.	CRED	CAR	HORAS		
							TEO	PRA	TOT
		MARKETING INDUSTRIAL	COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA	2455	3	E	2	2	4
5210	2419	GERENCIA DE VENTAS	OPER. LOGÍSTICAS DE MARKETING	2454	4	O	4	0	4
		MARKETING DE SERVICIOS	MARKETING SOCIAL	2460	3	O	2	2	4
5210	4165	HERRAMIENTAS ESTRATEGICAS DE NEGOCIOS Y MARKETING	ESTRATEGIAS DE MARKETING	2418	4	O	3	2	5
5210	2336	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS	FINANZAS PARA MARKETING	2450	4	O	3	2	5
5210	2370	TALLER DE COMPETENCIAS GERENCIALES	GESTIÓN DE PERSONAS Y DESARROLLO HUMANO	4163	3	E	2	2	4
5210	3161	INTELIGENCIA COMERCIAL	ESTRATEGIAS DE MARKETING	2418	3	E	2	2	4
5210	2475	TALLER DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA DE MERCADOS	2333	3	E	2	2	4
		E-COMMERCE	MARKETING DIGITAL		3	O	2	2	4
		MARKETING MOBILE	MARKETING DIGITAL		3	E	3	0	3
		SIMULACION DE DECISIONES DE MARKETING	ESTRATEGIAS DE MARKETING	2418	3	E	3	0	3
<b>TOTAL</b>					<b>18</b>	<b>0</b>			

**NOVENO NIVEL**

DEP.	COD.	ASIGNATURA	REQUISITO	COD.	CRED	CAR	HORAS		
							TEO	PRA	TOT
5210	2338	TRADE MARKETING Y MERCHANDISING	GERENCIA DE VENTAS	2419	3	O	2	2	4
		PLAN DE MARKETING	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS	2336	3	O	2	2	4
5210	2339	CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT	GERENCIA DE VENTAS	2419	3	O	3	0	3
		MARKETING PERSONAL	MARKETING SOCIAL	2460	3	E	3	0	3
		ETICA Y SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL	GEST. DE PERSONAS Y DES. HUMANO	4163	3	O	2	2	4
		SEMINARIO DE INVESTIGACION EN MARKETING I	HERRAMIENTAS ESTRATEGICAS DE NEGOCIOS Y MARKETING	4165	3	O	2	2	4
		ANALITICA DE DATOS	MARKETING DIGITAL		3	O	2	2	4
		TALLER DE IN BOUND MARKETING	MARKETING DIGITAL		3	E	3	0	3
5210	2340	MARKETING DE RETAILERS	HERRAMIENTAS ESTRATEGICAS DE NEGOCIOS Y MARKETING	4165	3	E	2	2	4
<b>TOTAL</b>					<b>18</b>	<b>O</b>			

**DÉCIMO NIVEL**

DEP.	COD.	ASIGNATURA	REQUISITO	COD.	CRED	CAR	HORAS		
							TEO	PRA	TOT
		SEMINARIO DE INVESTIGACION EN MARKETING II	SEMINARIO DE INVESTIGACION EN MARKETING I		4	O	3	2	5
5210	4158	MARKETING INTERNACIONAL	TRADE MARKETING Y MERCHANDISING	2338	3	O	2	2	4
5210	2457	NEGOCIACION COMERCIAL	PLAN DE MARKETING		3	O	2	2	4
5210	2341	MARKETING DE CENTROS COMERCIALES E HIPERMERCADOS	GERENCIA DE VENTAS	2419	3	E	3	0	3
5210	2342	MARKETING EN LA BASE DE LA PIRÁMIDE	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS	2336	3	E	3	0	3
		PLANEAMIENTO ESTRATEGICO PUBLICITARIO	PUBLICIDAD Y MEDIOS	2444	3	O	2	2	4
5210	4166	GERENCIA DE MARKETING DEPORTIVO	MARKETING SOCIAL	2460	3	E	2	2	4
<b>TOTAL</b>					<b>13</b>	<b>O</b>			

ESTUDIOS GENERALES	40	O
TOTAL OBLIGATORIOS DE FACULTAD	151	O
TOTAL ELECTIVOS	18	E
TOTAL CRÉDITOS	209	





FACULTAD DE CIENCIAS  
EMPRESARIALES Y ECONOMICAS  
CARRERA DE MARKETING

### TABLA DE EQUIVALENCIAS DE ASIGNATURAS

PLAN DE ESTUDIOS PROPUESTO 2019-1

PLAN DE ESTUDIOS 2019-0

#### PRIMER NIVEL

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR
5111	6507	GLOBALIZACIÓN Y REALIDAD NACIONAL	4	O
5111	6506	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN I	5	O
5111	6508	METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN	3	O
5111	6505	DESARROLLO PERSONAL Y SOCIAL	3	O
5111	6382	MATEMÁTICA BÁSICA	5	O

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR	NIV
5111	6507	GLOBALIZACIÓN Y REALIDAD NACIONAL	4	O	1
5111	6506	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN I	5	O	1
5111	6508	METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN	3	O	1
5111	6505	DESARROLLO PERSONAL Y SOCIAL	3	O	1
5111	6382	MATEMÁTICA BÁSICA	5	O	1

#### SEGUNDO NIVEL

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR
5111	6510	ECONOMÍA Y EMPRESA	3	O
5111	6511	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN II	3	O
5111	6512	PROCESOS SOCIALES Y POLÍTICOS	3	O
5111	6513	TEMAS DE FILOSOFÍA	3	O
5111	6502	ESTADÍSTICA BÁSICA PARA LOS NEGOCIOS	3	O
5111	6337	MATEMÁTICA APLICADA A LOS NEGOCIOS	5	O

#### SEGUNDO NIVEL

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR	NIV
5111	6510	ECONOMÍA Y EMPRESA	3	O	2
5111	6511	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN II	3	O	2
5111	6512	PROCESOS SOCIALES Y POLÍTICOS	3	O	2
5111	6513	TEMAS DE FILOSOFÍA	3	O	2
5111	6502	ESTADÍSTICA BÁSICA PARA LOS NEGOCIOS	3	O	2
5111	6337	MATEMÁTICA APLICADA A LOS NEGOCIOS	5	O	2

**TERCER NIVEL**

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR
		ESTADISTICA EMPRESARIAL I	4	O
5410	4123	CONTABILIDAD GENERAL	4	O
		FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION	4	O
		INTRODUCCION A LAS FINANZAS	3	O
5310	3232	MATEMATICA PARA LA GESTION DE LOS NEGOCIOS	4	O
		ANTROPOLOGIA DEL CONSUMIDOR	3	O
		HERRAMIENTAS INFORMATICAS PARA LA GESTION I	3	E

**TERCER NIVEL**

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR	NIV
5111	1464	ESTADÍSTICA GENERAL	4	O	3
5410	4123	CONTABILIDAD GENERAL	4	O	3
5210	2364	INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN	4	O	3
5111	1476	MATEMÁTICA FINANCIERA	3	O	3

**CUARTO NIVEL**

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR
5410	4384	COSTOS Y PRESUPUESTOS	4	O
5011	6291	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	3	O
		ESTADISTICA EMPRESARIAL II	4	O
520401	2091	PLANEAMIENTO Y CONTROL EMPRESARIAL	3	O
		FUNDAMENTOS DE MARKETING / MARKETING FUNDAMENTALS	3	O
5310	3326	MICROECONOMIA / MICROECONOMICS	3	O
		HERRAMIENTAS INFORMATICAS PARA LA GESTION II	3	E

**CUARTO NIVEL**

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR	NIV
5410	4384	COSTOS Y PRESUPUESTOS	4	O	4
5011	6291	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	3	O	4
5111	1462	ESTADÍSTICA APLICADA I	4	O	4
5210	2091	PLANEAMIENTO Y CONTROL EMPRESARIAL	3	O	5
5210	2442	FUNDAMENTOS DE MARKETING	4	O	3

**QUINTO NIVEL**

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR
		ESTADISTICA APLICADA AL MARKETING	4	O
5210	2447	ADMINISTRACIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN	4	O
		DERECHO COMERCIAL	3	E
5300	4125	ELABORACION DE ESTADOS FINANCIEROS	3	O
5210	2089	ORGANIZACIÓN Y DIRECCION EMPRESARIAL	3	O
5210	2443	GESTIÓN DE PRODUCTO Y MARCA	4	O
5310	3325	MACROECONOMIA / MACROECONOMICS	3	O

**QUINTO NIVEL**

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR	NIV
5111	1463	ESTADÍSTICA APLICADA II	4	O	5
5210	2447	ADMINISTRACIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN	4	O	5
6110	7201	DERECHO COMERCIAL	3	O	5
5300	4125	ELABORACION DE ESTADOS FINANCIEROS	3	O	5
5210	2089	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN EMPRESARIAL	3	O	4
5210	2443	GESTIÓN DE PRODUCTO Y MARCA	4	O	4
5310	3325	MACROECONOMIA	3	O	4

**SEXTO NIVEL**

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR
5210	2448	POLÍTICA Y FIJACIÓN DE PRECIOS	4	O
5210	2454	OPERACIONES LOGISTICAS DE MARKETING	3	O
5210	2333	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA DE MERCADOS	3	O
5210	2444	PUBLICIDAD Y MEDIOS	4	O
5210	4129	GESTION DE LA INNOVACION	3	E
5210	2332	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE MERCADOS	3	O
		BRANDING	3	O
		DISEÑO DE LA PROPUESTA DE VALOR	3	E

**SEXTO NIVEL**

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR	NIV
5210	2448	POLÍTICA Y FIJACIÓN DE PRECIOS	4	O	6
5210	2454	OPERACIONES LOGISTICAS DE MARKETING	3	O	6
5210	2333	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA DE MERCADOS	3	O	6
5210	2444	PUBLICIDAD Y MEDIOS	4	O	6
5210	4129	GESTION DE LA INNOVACION	3	E	6
5210	2332	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE MERCADOS	3	O	5
5310	3563	GESTIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL	3	O	6

## SEPTIMO NIVEL

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR
5210	2418	ESTRATEGIAS DE MARKETING	3	O
		MARKETING DIGITAL	3	O
5210	2460	MARKETING SOCIAL	3	O
5210	8217	COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA	3	O
5210	4163	GESTIÓN DE PERSONAS Y DESARROLLO HUMANO	3	O
5210	4164	PROMOCIÓN Y MARKETING BTL	3	E
5210	2450	FINANZAS PARA MARKETING	4	O
5210	2343	NEUROMARKETING	3	E

## OCTAVO NIVEL

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR
		MARKETING INDUSTRIAL	3	E
5210	2419	GERENCIA DE VENTAS	4	O
		MARKETING DE SERVICIOS	3	O
5210	4165	HERRAMIENTAS ESTRATEGICAS DE NEGOCIOS Y MARKETING	4	O
5210	2336	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS	4	O
5210	3161	INTELIGENCIA COMERCIAL	3	E
5210	2475	TALLER DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	3	E
5210	2370	TALLER DE COMPETENCIAS GERENCIALES	3	E
		MARKETING MOBILE	3	E
		E - COMMERCE	3	O
		SIMULACION DE DECISIONES DE MARKETING	3	E

## SEPTIMO NIVEL

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR	NIV
5210	2418	ESTRATEGIAS DE MARKETING	3	O	7
5210	2452	MARKETING DIGITAL	4	O	7
5210	2460	MARKETING SOCIAL	3	O	7
5210	8217	COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA	3	O	7
5210	4163	GESTIÓN DE PERSONAS Y DESARROLLO HUMANO	3	O	7
5210	4164	PROMOCIÓN Y MARKETING BTL	3	E	7
5210	2450	FINANZAS PARA MARKETING	4	O	6
5210	2343	NEUROMARKETING	3	E	6
6110	7392	DERECHO EMPRESARIAL	3	O	7

## OCTAVO NIVEL

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR	NIV
5210	2334	MARKETING INDUSTRIAL	4	O	8
5210	2419	GERENCIA DE VENTAS	4	O	8
5210	2335	MARKETING DE SERVICIOS	4	O	8
5210	4165	HERRAMIENTAS ESTRATEGICAS DE NEGOCIOS Y MARKETING	4	O	8
5210	2336	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS	4	O	8
5210	3161	INTELIGENCIA COMERCIAL	3	E	8
5210	2475	TALLER DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	3	E	8

**NOVENO NIVEL**

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR
5210	2338	TRADE MARKETING Y MERCHANDISING	3	O
5210	2339	CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT	3	O
		MARKETING PERSONAL	3	E
		ETICA Y SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL	3	O
5210	2340	MARKETING DE RETAILERS	3	E
		PLAN DE MARKETING	3	O
		SEMINARIO DE INVESTIGACION EN MARKETING I	3	O
		TALLER DE IN BOUND MARKETING	3	E
		ANALITICA DE DATOS	3	O

**DÉCIMO NIVEL**

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR
5210	4158	MARKETING INTERNACIONAL	3	O
5210	2341	MARKETING DE CENTROS COMERCIALES E HIPERMERCADOS	3	E
5210	2342	MARKETING EN LA BASE DE LA PIRÁMIDE	3	E
5210	4166	GERENCIA DE MARKETING DEPORTIVO	3	E
5210	2457	NEGOCIACION COMERCIAL	3	O
		PLANEAMIENTO ESTRATEGICO PUBLICITARIO	3	O
		SEMINARIO DE INVESTIGACION EN MARKETING II	4	O

**NOVENO NIVEL**

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR	NIV
5210	2338	TRADE MARKETING Y MERCHANDISING	3	O	9
5210	2339	CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT	3	O	9
5210	3312	MARKETING PERSONAL	3	O	9
5210	4136	ETICA EMPRESARIAL	3	O	9
5210	2340	MARKETING DE RETAILERS	3	E	9
5210	3314	PLAN DE MARKETING	4	O	10
5210	2465	LEGISLACIÓN LABORAL	3	O	9
5210	2430	MARKETING TURISTICO	3	E	9
5210	2466	MARKETING DE SERVICIOS FINANCIEROS	3	E	9
5210	2471	MARKETING FARMACÉUTICO Y DE SALUD	3	E	9

**DÉCIMO NIVEL**

DEP.	COD.	ASIGNATURA	CRED	CAR	NIV
5210	4158	MARKETING INTERNACIONAL	3	O	10
5210	2341	MARKETING DE CENTROS COMERCIALES E HIPERMERCADOS	3	E	10
5210	2342	MARKETING EN LA BASE DE LA PIRÁMIDE	3	E	10
5210	4166	GERENCIA DE MARKETING DEPORTIVO	3	E	10
5210	2457	NEGOCIACION COMERCIAL	3	O	9
5210	2319	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	3	O	10
5210	2441	DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES	3	O	10
5210	2337	TALLER DE PUBLICIDAD	3	E	8



## RESUMEN DE LAS MODIFICACIONES DEL PLAN DE ESTUDIOS

2019-1

### CARRERA DE MARKETING:

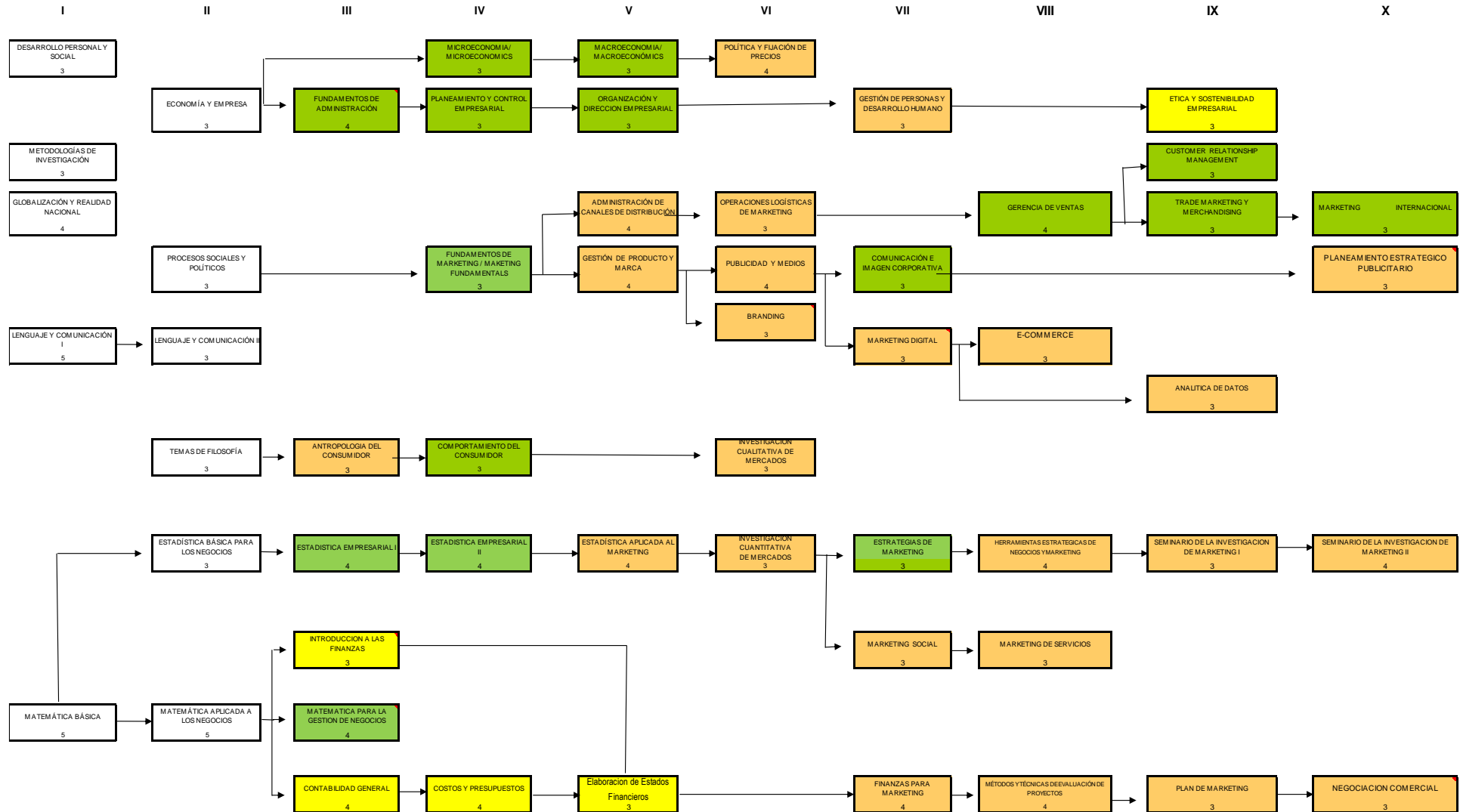
- Creación de las asignaturas obligatorias Seminario de Investigación en Marketing I y II acorde a las necesidades de preparación de los trabajos de investigación conducentes al Título profesional.
- Aplicación de disposición transitoria de exoneración para la nueva asignatura obligatoria de nivel 10 para los alumnos que terminen sus estudios en los periodos académicos 2019-1, 2019-2 y 2020-0.
- Creación del curso común de Ética y Sostenibilidad Empresarial en reemplazo de Ética Empresarial y Responsabilidad Social Empresarial (común a todas las carreras de la Facultad)
- Creación de dos nuevos Diplomas de Especialidad: en **Marketing Digital** y en **Gestión Estratégica de las Marcas**.
- Disposición de requisitos transitorios para las asignaturas nuevas y las que cambiaron de nivel durante los periodos académicos 2019-1, 2019-2 y 2020-0
- Creación de nuevas asignaturas:

Nivel	Asignatura	Créditos	Carácter
3	<b>ANTROPOLOGÍA DEL CONSUMIDOR</b>	3	O
3	<b>MATEMÁTICA PARA LA GESTIÓN DE NEGOCIOS</b>	4	O
3	<b>HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA GESTIÓN I</b>	3	E
4	<b>HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA GESTIÓN II</b>	3	E
4	<b>MICROECONOMÍA/ MICROECONOMICS</b>	3	O
6	<b>BRANDING</b>	3	O
6	<b>DISEÑO DE LA PROPUESTA DE VALOR</b>	3	E
8	<b>TALLER DE COMPETENCIAS GERENCIALES</b>	3	E
8	<b>E-COMMERCE</b>	3	O
8	<b>MARKETING MOBILE</b>	3	E
8	<b>SIMULACIÓN DE DECISIONES DE MARKETING</b>	3	E
9	<b>SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN EN MARKETING I</b>	3	O
9	<b>TALLER DE IN BOUND MARKETING</b>	3	E
9	<b>ANALITICA DE DATOS</b>	3	O
10	<b>SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN EN MARKETING II</b>	4	O

- Creación de asignaturas por reemplazo:

Actual	Carácter	Créditos	Propuesto	Carácter	Créditos
INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN	O	4	<b>FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	O	4
ESTADÍSTICA GENERAL	O	4	<b>ESTADÍSTICA EMPRESARIAL I</b>	O	4
MATEMÁTICA FINANCIERA	O	3	<b>INTRODUCCIÓN A LAS FINANZAS</b>	O	3
CONCEPTOS Y PRÁCTICAS DE MARKETING	O	3	<b>FUNDAMENTOS DE MARKETING / MARKETING FUNDAMENTALS</b>	O	3
ESTADÍSTICA APLICADA I	O	4	<b>ESTADÍSTICA EMPRESARIAL II</b>	O	4
ESTADÍSTICA APLICADA II	O	4	<b>ESTADÍSTICA APLICADA AL MARKETING</b>	O	4
ÉTICA EMPRESARIAL	O	3	<b>ÉTICA Y SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL</b>	O	3
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	O	3			
TALLER DE PUBLICIDAD	E	3	<b>PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO PUBLICITARIO</b>	O	3

PROPUESTA MALLA CURRICULAR PARA LA CARRERA DE MARKETING PARA EL PERÍODO 2019-1 (SIN ELECTIVOS)



22

20

21

20

19

18

18

13  
151

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS DE CARRERA

ASIGNATURAS COMUNES DE ESCUELA

ASIGNATURAS COMUNES ENTRE CARRERAS

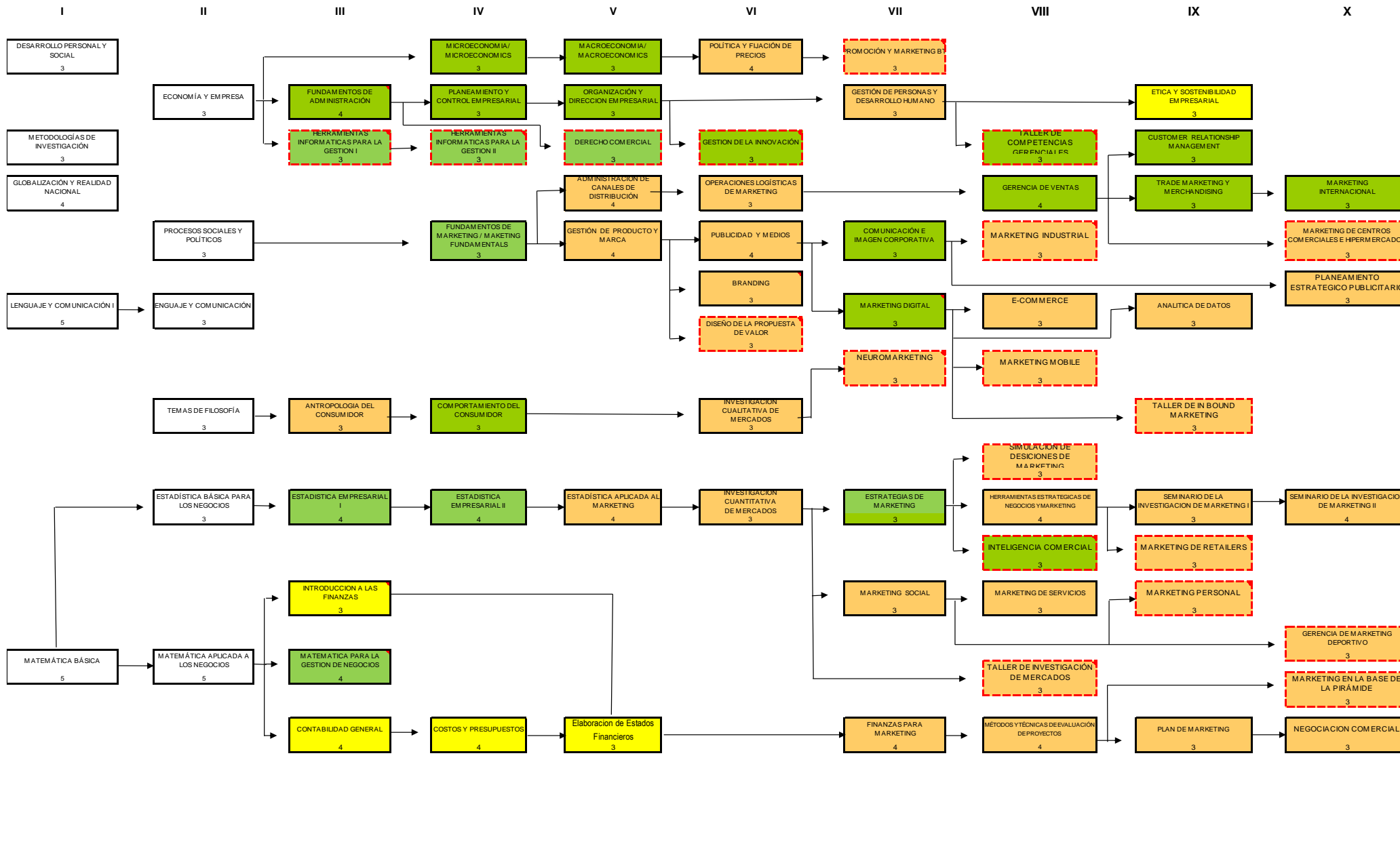
ASIGNATURAS ELECTIVAS



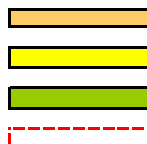
RESUMEN DE CRÉDITOS PARA EGRESAR	CRÉDITOS	CARÁCTER
ESTUDIOS GENERALES	40	O
FACULTAD	151	O
ELECTIVOS	18	E
<b>TOTAL CRÉDITOS</b>	<b>209</b>	



## PROPUESTA MALLA CURRICULAR PARA LA CARRERA DE MARKETING PARA EL PERÍODO 2019-1 (CON ELECTIVOS)



ASIGNATURAS OBLIGATORIAS DE CARRERA  
 ASIGNATURAS COMUNES DE ESCUELA  
 ASIGNATURAS COMUNES ENTRE CARRERAS  
 ASIGNATURAS ELECTIVAS



RESUMEN DE CRÉDITOS PARA EGRESAR	CRÉDITOS	CARÁCTER
ESTUDIOS GENERALES	40	O
FACULTAD	151	O
ELECTIVOS	18	E
<b>TOTAL CRÉDITOS</b>	<b>209</b>	



**FACLTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
Y EMPRESARIALES  
CARRERA DE MARKETING**

**PLAN DE ESTUDIOS DEL DIPLOMA EN MARKETING DIGITAL**

NIV	DEP.	COD.	ASIGNATURA	REQUISITO	COD.	CRED	HORAS		
							TEO	PRA	TOT
8	5210	2452	MARKETING DIGITAL	INVESTIGACION CUALITATIVA DE MERCADOS	2332	4	4	0	4
8			E - COMMERCE	MARKETING DIGITAL	2452	3	2	2	4
8			MARKETING MOBILE	INVESTIGACION CUALITATIVA DE MERCADOS	2332	3	3	0	3
9			ANALITICA DE DATOS	MARKETING DIGITAL	2452	3	2	2	4
9			TALLER DE IN BOUND MARKETING	MARKETING DIGITAL	2452	3	3	0	3
<b>TOTAL CRÉDITOS:</b>							<b>16</b>		

**REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL DIPLOMA:**

- 1.- TENER EL GRADO DE BACHILLER.
- 2.- HABER OBTENIDO UN PROMEDIO PONDERADO NO MENOR A **13.00** EN LAS CINCO DE ASIGNATURAS DEL DIPLOMA. (INCLUYENDO TODAS LAS VECES QUE SE CURSÓ LA ASIGNATURA).
- 3.- HABER APROBADO TODAS LAS ASIGNATURAS DEL DIPLOMA Y NO HABER APROBADO ALGUNA DE ELLAS POR TERCERA VEZ.
- 4.- HABER REALIZADO POR LO MENOS DOS MESES DE PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES, EN EL ÁREA DEL DIPLOMA O ACTIVIDAD EQUIVALENTE.

\*R.R.N°028/2016



**FACLTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
Y EMPRESARIALES  
CARRERA DE MARKETING**

**PLAN DE ESTUDIOS DEL DIPLOMA EN GESTION ESTRATEGICA DE LAS MARCAS**

NIV	DEP.	COD.	ASIGNATURA	REQUISITO	COD.	CRED	HORAS		
							TEO	PRA	TOT
5	5210	2443	GESTION DE PRODCUTO Y MARCA	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2442	4	3	2	5
6	5210	2444	PUBLICIDAD Y MEDIOS	GESTION DE PRODCUTO Y MARCA	2443	4	3	2	5
6			BRANDING	GESTION DE PRODCUTO Y MARCA	2443	3	2	2	4
6			DISEÑO DE LA PROPUESTA DE VALOR	GESTION DE PRODCUTO Y MARCA	2443	3	3	0	3
8	5210	2475	TALLER DE INVESTIGACION DE MERCADOS	INVESTIGACION CUANTITATIVA DE MERCADOS	2333	3	2	2	4
<b>TOTAL CRÉDITOS:</b>							<b>17</b>		

**REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL DIPLOMA:**

- 1.- TENER EL GRADO DE BACHILLER.
- 2.- HABER OBTENIDO UN PROMEDIO PONDERADO NO MENOR A **13.00** EN LAS CINCO DE ASIGNATURAS DEL DIPLOMA. (INCLUYENDO TODAS LAS VECES QUE SE CURSÓ LA ASIGNATURA).
- 3.- HABER APROBADO TODAS LAS ASIGNATURAS DEL DIPLOMA Y NO HABER APROBADO ALGUNA DE ELLAS POR TERCERA VEZ.
- 4.- HABER REALIZADO POR LO MENOS DOS MESES DE PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES, EN EL ÁREA DEL DIPLOMA O ACTIVIDAD EQUIVALENTE.

\*R.R. N°028/2016



**FACTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
Y EMPRESARIALES  
CARRERA DE MARKETING**

**PLAN DE ESTUDIOS DEL DIPLOMA EN COMERCIALIZACIÓN Y TRADE MARKETING**

NIV	DEP.	COD.	ASIGNATURA	REQUISITO	COD.	CRED	HORAS		
							TEO	PRA	TOT
8	5210	3161	INTELIGENCIA COMERCIAL	ESTRATEGIAS DE MARKETING	2418	3	2	2	4
9	5210	2338	TRADE MARKETING Y MERCHANDISING	GERENCIA DE VENTAS	2419	3	2	2	4
9	5210	2340	MARKETING DE RETAILERS	HERRAMIENTAS ESTRATEGICAS DE NEGOCIOS Y MARKETING	4165	3	2	2	4
10	5210	2341	MARKETING DE CENTROS COMERCIALES E HIPERMERCADOS	GERENCIA DE VENTAS	2419	3	3	0	3*
10	5210	2342	MARKETING EN LA BASE DE LA PIRÁMIDE	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS	2336	3	3	0	3*
<b>TOTAL CRÉDITOS:</b>						<b>15</b>			

**REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL DIPLOMA:**

- 1.- TENER EL GRADO DE BACHILLER.
- 2.- HABER OBTENIDO UN PROMEDIO PONDERADO NO MENOR A **13.00** EN LAS CINCO DE ASIGNATURAS DEL DIPLOMA. (INCLUYENDO TODAS LAS VECES QUE SE CURSÓ LA ASIGNATURA).
- 3.- HABER APROBADO TODAS LAS ASIGNATURAS DEL DIPLOMA Y NO HABER APROBADO ALGUNA DE ELLAS POR TERCERA VEZ.
- 4.- HABER REALIZADO POR LO MENOS DOS MESES DE PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES, EN EL ÁREA DEL DIPLOMA O ACTIVIDAD EQUIVALENTE.

**\*R.R.N°028/2016**



**FACTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
Y EMPRESARIALES  
CARRERA DE MARKETING**

**PLAN DE ESTUDIOS DEL DIPLOMA EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

NIV	DEP.	COD.	ASIGNATURA	REQUISITO	COD.	CRED	HORAS		
							TEO	PRA	TOT
4	5011	6291	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	ANTROPOLOGIA DEL CONSUMIDOR		3	2	2	4
6	5210	2343	NEUROMARKETING	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE MERCADOS	2332	3	2	2	4
8	5210	2475	TALLER DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA DE MERCADOS	2333	3	2	2	4
8	5210	3161	INTELIGENCIA COMERCIAL	ESTRATEGIAS DE MARKETING	2418	3	2	2	4
10	5210	2342	MARKETING EN LA BASE DE LA PIRÁMIDE	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS	2336	3	3	0	3*
<b>TOTAL CRÉDITOS:</b>						<b>15</b>			

**REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL DIPLOMA:**

- 1.- TENER EL GRADO DE BACHILLER.
- 2.- HABER OBTENIDO UN PROMEDIO PONDERADO NO MENOR A **13.00** EN LAS CINCO DE ASIGNATURAS DEL DIPLOMA. (INCLUYENDO TODAS LAS VECES QUE SE CURSÓ LA ASIGNATURA).
- 3.- HABER APROBADO TODAS LAS ASIGNATURAS DEL DIPLOMA Y NO HABER APROBADO ALGUNA DE ELLAS POR TERCERA VEZ.
- 4.- HABER REALIZADO POR LO MENOS DOS MESES DE PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES, EN EL ÁREA DEL DIPLOMA O ACTIVIDAD EQUIVALENTE.

\*R.R.N°028/2016



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS

## **NORMAS CURRICULARES DEL**

### **PLAN DE ESTUDIOS 2019-1**

#### **I. DISPOSICIONES GENERALES**

1. A partir del período académico 2019-1 entrará en vigencia el nuevo Plan de Estudios de la Carrera de Marketing, y sólo se dictarán asignaturas correspondientes al mismo.
2. Todos los alumnos de la Carrera de Marketing deben adecuarse al nuevo Plan de Estudios conforme al nivel en que se ubican al finalizar el periodo académico 2019 -0.
3. Para adecuarse al nuevo Plan de Estudios se debe establecer el nivel del alumno según el Plan de Estudios vigente hasta el Período Académico 2019-0 (Art. 20º del R.G.E.: La ubicación académica del alumno se determina por la asignatura de carácter obligatorio de menor nivel que tiene pendiente de aprobación).
4. El alumno puede matricularse en asignaturas obligatorias de cuatro niveles consecutivos a partir del nivel determinado por su ubicación académica.
5. El alumno debe aprobar las asignaturas obligatorias del nuevo Plan de Estudios, a partir del nivel al que pertenece.
6. Todas las asignaturas aprobadas en el Plan de Estudios vigente hasta el Período Académico 2019-0 que tengan su equivalente en el nuevo Plan de Estudios, serán reconocidas y por tanto, el alumno no está obligado a cursarlas.
7. Todas las asignaturas aprobadas hasta el período académico 2019-0 serán reconocidas con el creditaje con el que fueron aprobadas.
8. Si un alumno cursa todas las asignaturas obligatorias de Estudios Generales y no alcanza los 40 créditos debe cursar asignaturas electivas hasta completar el número de créditos de egreso exigidos en el Plan de Estudios.
9. El alumno que haya desaprobado asignaturas del Plan de Estudios vigente hasta el Período Académico 2019-0, está obligado a matricularse en las asignaturas equivalentes, siempre que éstas sean asignaturas de carácter obligatorio en el nuevo Plan de Estudios. La asignatura equivalente deberá llevarse por segunda o tercera vez, según corresponda.

10. El alumno reingresante a partir del Período Académico 2019-1, debe adecuarse al nuevo Plan de Estudios, según lo dispuesto en las presentes normas y en el Reglamento General de Estudios.
11. El alumno que realice cambio de especialidad a la Carrera de Marketing, debe adecuarse al nuevo Plan de Estudios y está obligado a cursar las asignaturas obligatorias correspondientes al Programa de Estudios Generales.
12. Las convalidaciones de asignaturas que se tramitan para los alumnos ingresantes por traslado externo o por cambio de especialidad se efectúan de acuerdo al nuevo Plan de Estudios.
13. Las siguientes asignaturas obligatorias deberán ser necesariamente aprobadas, aun cuando sea de niveles inferiores al que pertenece el alumno y no marcarán nivel dentro de los periodos académicos 2019-1, 2019-2 y 2020-0.

NIVEL	CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
9	1476	Plan de Marketing	3
4	2091	Planeamiento y Control Empresarial	3

14. En el caso de los alumnos que desaprobaron la asignatura electiva Taller de Publicidad (2337) y que se encuentran obligados a cursar la asignatura obligatoria Planeamiento Estratégico Publicitario de acuerdo a la norma 2, se aplicará el concepto de equivalencia selectiva.

## II. NORMAS TRANSITORIAS

1. Durante los periodos académicos 2019-1, 2019-2 y 2019-0 las siguientes asignaturas podrán llevarse en forma simultánea con el requisito que se indica en la tabla. Si la asignatura tiene otro(s) requisito(s) éste(os) se mantiene(n).

NIV.	COD.	ASIGNATURA	NIV.	COD.	REQUISITO
V	3325	Macroeconomía / Macroeconomics	IV	3326	Microeconomía / Microeconomics
V	2089	Organización y Dirección Empresarial	IV	2091	Planeamiento y Control Empresarial
VIII	2335	Marketing de Servicios	VII	2460	Marketing Social
X	4166	Gerencia de Marketing Deportivo	VII	2460	Marketing Social
X	2457	Negociación Comercial	IX	3314	Plan De Marketing

2. Durante los Periodos 2019-1, 2019-2 y 2020-0 las siguientes asignaturas tendrán como requisitos los que se indican en la siguiente tabla:

Nivel	Código	Asignatura	Nivel	Código	Requisito
IV	6291	Comportamiento del Consumidor	II	6513	Temas de Filosofía
V	2089	Organización y Dirección Empresarial	III		Fundamentos de Administración
X		Seminario de Investigación en Marketing II	VII	2418	Herramientas Estratégicas de Negocios y Marketing

3. Los alumnos que hayan aprobado la asignatura de Plan de Marketing hasta el 2019-0 no están obligados a llevar el curso de Seminario de Investigación de Marketing I durante el 2019-1, 2019-2 Y 2020-0.
4. El alumno que al término del 2019-0 cerró el nivel 9, está exonerado de llevar Seminario de Investigación en Marketing I esta condición se mantendrá vigente para los ciclos 2019-1, 2019-2 Y 2020-0.
5. Todas las asignaturas que no determinaban nivel en cambios curriculares anteriores, determinarán nivel a partir del Período Académico 2019-1.
6. Los casos especiales no contemplados en las presentes normas deben ser presentados a consideración de la Facultad.
7. El alumno que haya cerrado el noveno ciclo al 2019-0 (incluyéndolo) no está obligado a matricularse en la(s) asignatura(s) Planeamiento Estratégico Publicitario y Seminario de la Investigación en Marketing II.



### III. DISPOSICIONES DE EGRESO

15. El alumno debe aprobar un mínimo de 209 créditos para egresar.
16. El alumno debe aprobar todas las asignaturas obligatorias que su Plan de Estudios exige y debe completar los créditos necesarios para egresar con asignaturas electivas.
17. Para completar el Plan de Estudios, el alumno ingresante a la Universidad a partir del Período Académico 2019-1, debe aprobar asignaturas según la siguiente tabla de créditos:

<b>CARÁCTER Y ORIGEN DE CRÉDITOS</b>	<b>NÚMERO DE CRÉDITOS</b>
Obligatorios de Estudios Generales	40
Obligatorios de Facultad	151
Electivos de Facultad	18
<b>TOTAL DE CRÉDITOS</b>	<b>209</b>



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE MARKETING

## **NORMAS CURRICULARES PARA LOS DIPLOMAS DE ESPECIALIDAD**

### **DISPOSICIONES GENERALES**

1. A partir del período 2019-1, los alumnos de la Carrera de Marketing podrán obtener los siguientes cuatro Diplomas, siempre que cumplan con todos los requisitos:

Diploma en Investigación de Mercados y Comportamiento del Consumidor	15 Créditos
Diploma en Comercialización y Trade Marketing	15 Créditos
Diploma en Marketing Digital	16 Créditos
Diploma en Gestión Estratégica de las Marcas	17 Créditos

### **DISPOSICIÓN FINAL**

1. Los casos especiales no contemplados en las presentes normas deben ser presentados a la Secretaría Académica que los someterá a consideración de la Facultad para su resolución. Los casos especiales que lo ameriten serán resueltos por el Consejo de Facultad.

## CONTÁCTANOS

Si tienes dudas o preguntas sobre el Plan de Estudios de la Carrera de Marketing puedes contactarte con las siguientes personas que gustosos te atenderán:

- Patricia Stuart Alvarado  
Decana de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas  
[Pstuart@ulima.edu.pe](mailto:Pstuart@ulima.edu.pe)
- Javier Alfredo Flores Hernández  
Director de la Carrera de Marketing  
[Aflores@ulima.edu.pe](mailto:Aflores@ulima.edu.pe)
- Sergio De La Piedra Vindrola  
Secretario Académico de la Carrera de Marketing  
[Sdelapie@ulima.edu.pe](mailto:Sdelapie@ulima.edu.pe)

Terry Toledo Luis Fernando  
Profesor de la Carrera de Marketing  
[Lterry@ulima.edu.pe](mailto:Lterry@ulima.edu.pe)

Coriat Nugent, Juan Miguel  
Profesor de la Carrera de Marketing  
[jcoriat@ulima.edu.pe](mailto:jcoriat@ulima.edu.pe)