



**ESCUELA UNIVERSITARIA DE NEGOCIOS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE MARKETING**

**NORMAS CURRICULARES DEL
PLAN DE ESTUDIOS 2015-1**

DISPOSICIONES GENERALES

1. A partir del período académico 2015-1 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.
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 2015-0 (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 2015-0 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 2015-0 serán reconocidas con el creditaje con el que fueron aprobadas.
8. El alumno que haya desaprobado asignaturas del Plan de Estudios vigente hasta el Período Académico 2015-0, 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.
9. El alumno reingresante a partir del Período Académico 2015-1, debe adecuarse al nuevo Plan de Estudios, según lo dispuesto en las presentes normas y en el Reglamento General de Estudios.
10. El alumno que realice cambio de especialidad a la Carrera de Marketing, debe adecuarse al nuevo Plan de Estudios.

NORMAS TRANSITORIAS

1. Durante los periodos académicos 2015-1, 2015-2 y 2016-0 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).

NIVEL	CÓD.	ASIGNATURA	CÓD.	REQUISITO
				ASIGNATURA
5		ELABORACION DE ESTADOS FINANCIEROS	1476	MATEMATICA FINANCIERA ⁽¹⁾
6	2450	FINANZAS PARA MARKETING		ELABORACION DE ESTADOS FINANCIEROS
6	3563	DERECHO COMERCIAL	3325	MACROECONOMIA ⁽²⁾
10	2319	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL		ETICA EMPRESARIAL

2. La siguiente asignatura obligatoria debe ser necesariamente aprobada, aun cuando sea de niveles inferiores al que pertenece el alumno y no marca nivel dentro de los periodos académicos 2015-1, 2015-2 y 2016-0.

NIVEL	CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
3	1476	MATEMATICA FINANCIERA	3

3. Los alumnos que hayan aprobado la asignatura de Finanzas para Marketing hasta el 2015-0 no están obligados a llevar el curso de Elaboración de Estados Financieros.
4. Todas las asignaturas que no determinaban nivel en cambios curriculares anteriores, determinarán nivel a partir del Período Académico 2015-1.

DISPOSICIONES DE EGRESO

1. El alumno debe aprobar un mínimo de 209 créditos para egresar.
2. 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.
3. Para completar el Plan de Estudios, el alumno ingresante a la Universidad a partir del Período Académico 2015-1, debe aprobar asignaturas según la siguiente tabla de créditos:

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

DISPOSICIONES GENERALES

1. A partir del período académico 2015-1, los alumnos de la Carrera de Marketing podrán obtener los siguientes Diplomas de Especialidad, siempre que cumplan con todos los requisitos:

Diploma en Comercialización y Trade Marketing	15 créditos
Diploma en Inv. de Mercados y Comportamiento del Consumidor	15 créditos
Diploma en marketing de Servicios y CRM	16 créditos

2. El egresado que desee obtener un Diploma de los indicados en la norma puede hacerlo, reingresando a la Carrera de Marketing y adecuándose al Plan de Estudios correspondiente al Diploma.

DISPOSICIÓN FINAL

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 Escuela.