

MODALIDAD C

**PRESENTACIÓN Y SUSTENTACIÓN DE UN PROYECTO PROFESIONAL
TEÓRICAMENTE FUNDAMENTADO**

Modalidad C.1 PLAN INDIVIDUAL DE MARKETING TEÓRICAMENTE FUNDAMENTADO

1.5 De los Requisitos

- 1.5.1 Contar con el Grado Académico de Bachiller en Marketing.
- 1.5.2 Acreditar ser autor del Plan de Marketing desarrollado en la asignatura de Plan de Marketing o su equivalente, con una antigüedad no mayor de dos (2) años, contados a partir de la aprobación de la asignatura.

1.6 Del Trámite Administrativo y de la Sustentación

- 1.6.1 El Bachiller presenta en el área de Grados y Títulos de la Escuela cuatro (04) ejemplares del Plan de Marketing desarrollado en la asignatura de Plan de Marketing o su equivalente, con el informe de apto emitido por el profesor de la asignatura.
- 1.6.2 Para la evaluación del Plan de Marketing, el Decano de la Facultad nombra un jurado bajo su presidencia o su delegado.
- 1.6.3 Los miembros del jurado deben ser profesores de la Universidad, disponen hasta de quince (15) días calendario para la evaluación del Plan de Marketing y emitir informe dirigido al Decano de la Facultad, indicando su aprobación o desaprobación.
- 1.6.4 Con el informe favorable de los miembros del jurado, el bachiller está apto para sustentar el Plan de Marketing en acto público.
- 1.6.5 El Bachiller que cuenta con el Plan de Marketing observado tiene como máximo tres (3) meses, a partir de la devolución de los ejemplares, para efectuar las correcciones.
- 1.6.6 Si el Bachiller, después de haber presentado los cuatro (04) ejemplares del Plan de Marketing corregido:
 - a. Obtiene el informe favorable de la mayoría de los miembros del jurado, el Bachiller está apto para sustentar el Plan de Marketing en acto público.
 - b. Obtiene informe desfavorable de la mayoría de los miembros del jurado, el Bachiller debe cambiar de tema o modalidad y se le cuenta “la vez” para efectos de la aplicación del Art. 18 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y puede volver a solicitar autorización para optar el Título Profesional hasta en dos oportunidades más, bajo cualquier modalidad, mediando un plazo mínimo de seis meses entre cada evaluación.
- 1.6.7 Considerado el Bachiller apto para sustentar el Plan de Marketing, el Decano fija fecha para el acto público.
- 1.6.8 Al Bachiller que resulte aprobado en la sustentación, se le comunica su calificación de acuerdo al Art. 17 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad.
- 1.6.9 El Bachiller que resulte desaprobado en la sustentación, deberá cambiar de tema o modalidad y se le cuenta “la vez” para efectos de la aplicación del Art. 18 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y puede volver a solicitar autorización para optar el Título Profesional hasta en dos oportunidades más, bajo cualquier modalidad, mediando un plazo mínimo de seis meses entre cada evaluación.

Modalidad C.2 PLAN DE NEGOCIOS TEÓRICAMENTE FUNDAMENTADO

1.7 De los Requisitos

- 1.7.1 Contar con el Grado Académico de Bachiller en Marketing.
- 1.7.2 Acreditar ser autor(es) o coautor(es), con un máximo de dos Bachilleres, del Plan de Negocios que ha(n) desarrollado en la asignatura de Creación de Negocios o su equivalente, con una antigüedad no mayor de dos (2) años, contados a partir de la aprobación de la asignatura.

1.8 Del Trámite Administrativo y de la Sustentación

- 1.8.1 El(los) Bachiller(es) presenta(n) en el área de Grados y Títulos de la Escuela, cuatro (04) ejemplares del Plan de Negocios desarrollado en la asignatura de Creación de Negocios o su equivalente, con el (los) informe(s) de apto(s) emitido(s) por el profesor de la asignatura.
- 1.8.2 Para la evaluación del Plan de Negocios, el Decano de la Facultad nombra un jurado bajo su presidencia o su delegado.
- 1.8.3 Los miembros del jurado deben ser profesores de la Universidad, disponen hasta de quince (15) días calendario para la evaluación del Plan de Negocios y emitir informe dirigido al Decano de la Facultad, indicando su aprobación o desaprobación.
- 1.8.4 Con el informe favorable de los miembros del jurado, el(los) Bachiller(es) está(n) apto(s) para sustentar el Plan de Negocios en acto público.
- 1.8.5 El(los) Bachiller(es) que cuenta(n) con el Plan de Negocios observado tiene(n) como máximo tres (3) meses, a partir de la devolución de los ejemplares, para efectuar las correcciones.
- 1.8.6 Si el(los) Bachiller(es), después de haber presentado los cuatro (04) ejemplares del Plan de Negocios corregido:
 - a. Obtiene(n) el informe favorable de la mayoría de los miembros del jurado, el(los) Bachiller(es) está(n) apto(s) para sustentar el Plan de Negocios en acto público.
 - b. Obtiene(n) informe(s) desfavorable(s) de la mayoría de los miembros del jurado, el(los) Bachiller(es) debe(n) cambiar de tema o modalidad y se le(s) cuenta "la vez" para efectos de la aplicación del Art. 18 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y puede(n) volver a solicitar autorización para optar el Título Profesional hasta en dos oportunidades más, bajo cualquier modalidad, mediando un plazo mínimo de seis meses entre cada evaluación.
- 1.8.7 Considerado(s) el(los) Bachiller(es) apto(s) para sustentar el Plan de Negocios, el Decano fija fecha para el acto público.
- 1.8.8 Al Bachiller que resulte aprobado en la sustentación, se le comunica su calificación de acuerdo al Art. 17 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad.

- 1.8.9 El Bachiller que resulte desaprobado en la sustentación, deberá cambiar de tema o modalidad y se le cuenta “la vez” para efectos de la aplicación del Art. 18 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y puede volver a solicitar autorización para optar el Título Profesional, hasta en dos oportunidades más, bajo cualquier modalidad, mediando un plazo mínimo de seis meses entre cada evaluación.

**LOS RESULTADOS DE LAS EVALUACIONES DEL
DEL PLAN DE MARKETING, PLAN DE NEGOCIOS Y DE LA SUSTENTACIÓN
SON INAPELABLES**