



UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL

SECRETARÍA GENERAL

'Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional'

RESOLUCIÓN R. N° 3925 -2018-CU-UNFV

San Miguel, **15 NOV. 2018**

Visto el Oficio N° 395-2018-SA-FA-UNFV de fecha de recepción 01.10.2018, del Decano de la Facultad de Administración de esta Casa de Estudios Superiores, mediante el cual remite la Resolución Decanal N° 891-2018-FA-UNFV de fecha 28.09.2018, la misma que, entre otros, aprueba el Plan Curricular 2019 de la Carrera Profesional de Marketing de la referida Facultad; y

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 8° de la Ley N° 30220 – Ley Universitaria, el Estado reconoce la autonomía universitaria. La autonomía inherente a las universidades se ejerce de conformidad a lo establecido en la Constitución, la presente Ley y demás normas aplicables. Esta autonomía se manifiesta, entre otros regímenes, en el Académico, el cual implica la potestad autodeterminativa para fijar el marco del proceso de enseñanza – aprendizaje dentro de la institución universitaria. Supone el señalamiento de los planes de estudios, programas de investigación, formas de ingreso y egreso de la institución, etc. Es formalmente dependiente del régimen normativo y es la expresión más acabada de la razón de ser de la actividad universitaria;

Que, el artículo 40° de la referida ley establece que cada universidad determina el diseño curricular de cada especialidad, en los niveles de enseñanza respectivos, de acuerdo a las necesidades nacionales y regionales que contribuyan al desarrollo del país (...). Cada universidad determina en la estructura curricular el nivel de estudios de pre grado, la pertinencia y duración de las prácticas pre profesionales, de acuerdo a sus especialidades. El currículo se debe actualizar cada tres (3) años o cuando sea conveniente, según los avances científicos y tecnológicos. La enseñanza de un idioma extranjero, de preferencia inglés, o la enseñanza de una lengua nativa de preferencia quechua o aymara, es obligatoria en los estudios de pre grado. Los estudios de pre grado comprenden los estudios generales y los estudios específicos y de especialidad. Tienen una duración mínima de cinco (5) años. Se realizan un máximo de dos semestres académicos por año;

Que, el Plan Curricular vigente de la Carrera Profesional de Marketing fue aprobado mediante Resolución R. N° 10726-2010-UNFV de fecha 12.04.2010, el mismo que a la fecha tiene una vigencia de siete (07) años;

Que, mediante Resolución R. N° 1943-2017-CU-UNFV de fecha 07.12.2017, se aprobó el Modelo Educativo Socio Formativo Humanista de la Universidad Nacional Federico Villarreal, el cual establece los lineamientos académicos para la determinación del Nuevo Diseño Curricular;

Que, la Oficina Central de Asuntos Académicos, mediante Informe N° 150-2018-OCAA-VRAC-UNFV de fecha 26.07.2018, señala que la propuesta del Nuevo Plan de Estudios 2019 de la Carrera Profesional de Marketing, se justifica en la necesidad de cumplir con las Condiciones Básicas de Calidad dispuesta por la SUNEDU, dentro del marco del Modelo de Licenciamiento Institucional, habiéndose tomado en cuenta la Resolución R. N° 1943-2017-CU-UNFV de fecha 07.12.2017 que aprueba el primer Modelo Educativo de la Universidad Nacional Federico Villarreal, denominado socioformativo - humanista, que brinda los lineamientos académicos para la determinación del Nuevo Diseño Curricular y por consiguiente del Nuevo Plan de

...///



UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL

SECRETARÍA GENERAL

///...

Pág. 02

Cont. RESOLUCIÓN R. N° 3925 -2018-CU-UNFV



Estudios 2019 para todas las Carreras Profesionales y/o Programas de la UNFV, en cumplimiento del artículo 40° de la Ley Universitaria; que el Nuevo Plan de Estudios 2019 toma en cuenta el Estatuto de la Universidad, estableciendo diez (10) semestres académicos, con currículo flexible, número de horas de teoría y práctica para la correcta asignación del creditaje, incorporación de asignaturas de Estudios Generales, Específicos y de Especialidad; conforme a lo establecido en los artículos 41° y 42° de la Ley Universitaria;

Que, asimismo, el Nuevo Plan de Estudios 2019 de la referida Carrera Profesional, ha sido elaborado bajo el esquema del Nuevo Diseño Curricular de esta Universidad, aprobado mediante Resolución VRAC N° 361-2018-UNFV de fecha 26.04.2018, el mismo cuenta con objetivos académicos, perfiles de ingresante y del graduado, Cuadro de Distribución de Asignaturas, que a su vez contiene las Prácticas Pre Profesionales, Malla Curricular y Tabla de Equivalencia;

Que, mediante Resolución R. N° 3198-2018-CU-UNFV de fecha 26.07.2018 se aprobó el Plan Curricular 2019 y tabla de equivalencias de la Carrera Profesional de Marketing de la Facultad de Administración de esta Casa de Estudios;

Que, mediante Oficio N° 181-2018-CRLI-UNFV de fecha 10.09.18, la Comisión Responsable del Licenciamiento Institucional de la Universidad Nacional Federico Villarreal, señala que ha efectuado la revisión y análisis de la documentación que sustenta el Plan de Adecuación de la Universidad ante la SUNEDU, observándose una serie de errores en las resoluciones rectorales como decanales, que aprobaron, entre otros, los planes curriculares de las distintas Carreras Profesionales en esta Universidad;

Que, el artículo 212 del T.U.O de la Ley N° 27444 – Ley del Procedimiento Administrativo General, referido a la revocación del acto administrativo, señala que cabe la revocación de actos administrativos, con efectos a futuro, entre otros casos, cuando apreciando elementos de juicio sobrevinientes se favorezca legalmente a los destinatarios del acto y siempre que no se genere perjuicios a terceros;

Que, como señala Juan Carlos Morón Urbina: *“la institución de la revocación consiste en la potestad que la ley confiere a la administración para que, en cualquier tiempo, de manera directa, de oficio o a pedido de parte y mediante un nuevo acto administrativo modifique, reforme, sustituya o extinga los efectos jurídicos de un acto administrativo conforme a derecho, aun cuando haya adquirido firmeza debido a que su permanencia ha devenido, por razones externas al administrado, e incompatible con el interés público tutelado por la entidad”*;

En mérito a la opinión de la Oficina Central de Asuntos Académicos, contenida en el Informe N° 150-2018-OCAA-VRAC-UNFV de fecha 26.07.2018, a lo señalado por el Vicerrectorado Académico en el Oficio N° 557-2018-VRAC-UNFV de fecha 09.10.2018 y estando a lo dispuesto por el señor Rector en Proveído N° 4823-2018-R-UNFV de fecha 10.10.2018, el Consejo Universitario en Sesión Ordinaria N° 65, de fecha 05.11.2018 acordó en el sentido y tal como se expresa en la parte resolutive de la presente resolución; y

...///



UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL
SECRETARÍA GENERAL

///...

Pág. 03

Cont. RESOLUCIÓN R. N° 3925 -2018-CU-UNFV

De conformidad con la Ley N° 30220 – Ley Universitaria, el Estatuto, el Reglamento General de la Universidad, la Resolución R. N° 536-2016-UNFV, de fecha 27.12.2016 y la Resolución R. N° 1075-2017-CU-UNFV, de fecha 12.06.2017;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- Dejar sin efecto la Resolución R. N° 3198-2018-CU-UNFV de fecha 26.07.2018; por las razones expuestas en la parte considerativa de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO. - Ratificar la Resolución Decanal N° 891-2018-FA-UNFV de fecha 28.09.2018; en consecuencia, aprobar el Plan de Estudios 2019 de la Carrera Profesional de Marketing de la Facultad de Administración de esta Casa de Estudios Superiores, el mismo que contiene: los objetivos académicos, perfil del Ingresante y del graduado, cuadro de distribución de asignaturas, denominación del Grado Académico, Título Profesional y modalidad, tabla de equivalencias y malla curricular, el mismo que en dieciocho (18) folios, debidamente sellados y rubricados por el Secretario General (e) forman parte de la presente resolución.

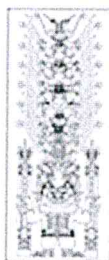
ARTÍCULO TERCERO.- Remitir la presente resolución a la Oficina Central de Registros Académicos y Centro de Cómputo para la correspondiente codificación de asignaturas.

ARTÍCULO CUARTO.- Los Vicerrectorados Académico y de Investigación, la Facultad de Administración, así como las Oficinas Centrales de Asuntos Académicos, Oficina Central de Registros Académicos y Centro de Cómputo, Oficina de Grados y Títulos de la Secretaría General, dictarán las medidas necesarias para el cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese

DR. JUAN OSORIO ALFARO BERNEDO
RECTOR
LIMA - PERÚ
ARR

LIC. ENRIQUE IVAN VEGA MUCHA
SECRETARÍA GENERAL
SECRETARIO GENERAL (e)
LIMA - PERÚ



Universidad Nacional
Federico Villarreal

FACULTAD DE ADMINISTRACION
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION PRIVADA

PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA PROFESIONAL DE
MARKETING

MODALIDAD: PRESENCIAL



Fecha de actualización:

Octubre de 2018



I. OBJETIVOS ACADÉMICOS

- Desarrollar estrategias comerciales y de dirección estratégica de marketing, para la atención de las necesidades de los consumidores con calidad y efectividad.
- Identificar y comprender la realidad de los negocios e implementar estrategias Empresariales desde la praxis del marketing de bienes y servicios.
- Desarrollar una constante práctica de la investigación en concordancia con los contextos actuales, para contribuir a la solución de los principales problemas de mercadeo.
- Desarrollar el liderazgo estratégico, para la conducción del área de mercadeo de las diferentes organizaciones, alcanzando los objetivos planificados.

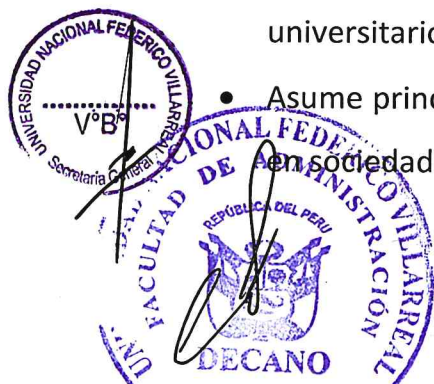
II. PERFIL DEL INGRESANTE Y DEL GRADUADO

2.1 Perfil del Ingresante

El estudiante que aspira a estudiar una carrera Profesional en la UNFV es producto de la Educación Básica liderada por el Ministerio de Educación, por lo que se asume que ha desarrollado un conjunto de capacidades en las dimensiones cognitiva, afectiva y procedimental.

Dimensión Actitudinal

- Muestra actitud y motivación necesaria para el estudio de nivel universitario.
- Asume principios éticos y morales desenvolverse en la universidad y vivir en sociedad.



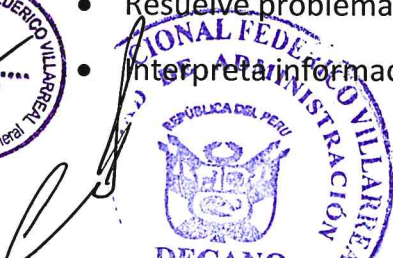
- Evidencia identidad Personal – social y respeto por los Derechos de las personas y el medio ambiente.

Dimensión Cognoscitiva

- Comprende, analiza y evalúa información obtenida de textos escritos e imágenes, tomando en consideración el contexto o situación en los que fueron producidos.
- Redacta textos con una estructura lógica y organizada (Introducción, desarrollo y cierre), utilizando oraciones con un vocabulario preciso, con respeto de la normativa gramatical y ortográfica.
- Reconoce la diversidad geográfica, natural y humana, como potencial para el desarrollo el Perú, considerando el contexto mundial.
- Utiliza las Matemáticas para solucionar problemas académicos y de la vida cotidiana, en grados distintos de acuerdo con la De Especialidad a la que sea admitido.
- Gestiona su aprendizaje empleando métodos y hábitos de estudio ordenados y constantes, y motivado por la curiosidad intelectual y los deseos de aprender más.
- Participa en trabajos grupales y valora su importancia.
- Respeta las normas de convivencia entre personas, deberes y Derechos como integrante de la sociedad.
- Valora la importancia del desarrollo integral de la persona

Dimensión Procedimental

- Utiliza las TIC en su desarrollo Personal y académico, con sentido crítico y productivo.
- Identifica problemas sociales y Plantea alternativas de solución.
- Resuelve problemas matemáticos básicos, con razonamiento lógico.
- Interpreta información relevante de ciencia, tecnología y ambiente.



2.2 PERFIL DEL GRADUADO

Al término de su formación los graduados acreditarán las siguientes competencias:

Competencias genéricas

- Construye su proyecto ético de vida, que les permita tomar decisiones esenciales en su desarrollo como personas racionales y con alto control emocional.
- Refuerza la autonomía y decisión de su identidad cultural, patrimonial, tecnológica, universitaria, que le permita convivir en sociedad y actuar en escenarios de incertidumbre, con visión intercultural.
- Aplica el análisis y la síntesis, la inducción y la deducción, y el enfoque sistémico, entre otros, como estrategias generales de construcción del conocimiento.
- Gestiona su conocimiento con pensamiento divergente y crítico, que le permita crear y aportar ideas para la solución de problemas, en diferentes contextos de la realidad.
- Valora y preserva el medio ambiente, que se exprese en la participación activa en campañas ecológicas, ferias, entre otras.
- Comprende y valora las manifestaciones materiales, espirituales, ideológicas, políticas y costumbristas, como expresión de la diversidad cultural de nuestra sociedad, base de la peruanidad, tomando en consideración el carácter pluricultural y multilingüe de la sociedad peruana.
- Genera ideas y trabaja en la creación de productos o servicios que la sociedad debe necesitar y poner al alcance de la sociedad servicios Profesionales que logrará la apertura de centros de trabajos ofreciendo así de esta forma puestos laborales.



- Trabaja de manera colaborativa y utiliza adecuadamente las herramientas tecnológicas emergentes, en su desempeño académico.

Competencias Específicas

- Despliega estrategias comerciales y de dirección estratégica de marketing, para la atención de las necesidades de los consumidores con calidad y efectividad.
- Identifica y comprende la realidad de los negocios e implementar estrategias Empresariales desde la praxis del marketing de bienes y servicios.
- Desarrolla una constante práctica de la investigación en concordancia con los contextos actuales, para contribuir a la solución de los principales problemas de mercadeo.
- Desarrolla el liderazgo estratégico, para la conducción del área de mercadeo de las diferentes organizaciones, alcanzando los objetivos planificados.



III. CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE ASIGNATURAS

PRIMER SEMESTRE

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIOS	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	N° ASIGNATURA REQUISITO
1		Matemática	Obligatorio	General	2	2	3	32	32	64	
2		Ingles I	Obligatorio	General	0	2	1	0	32	32	
3		Tecnología de la Información y Comunicación	Obligatorio	General	2	2	3	32	32	64	
4		Lenguaje y Comunicación Empresarial	Obligatorio	General	2	2	3	32	32	64	
5		Metodología del Trabajo Universitario	Obligatorio	General	2	2	3	32	32	64	
6		Administración General	Obligatorio	De Especialidad	3	2	4	48	32	80	
7		Contabilidad General	Obligatorio	De Especialidad	3	2	4	48	32	80	
8		Actividades Culturales y Deportivas	Obligatorio	General	0	2	1	0	32	32	
TOTAL					14	16	22	224	256	480	

SEGUNDO SEMESTRE

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIOS	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	N° ASIGNATURA REQUISITO
9		Matemática Financiera	Obligatorio	Especifico	3	2	4	48	32	80	1
10		Ingles II	Obligatorio	General	0	2	1	0	32	32	2
11		Globalización y Realidad Nacional	Obligatorio	General	2	0	2	32	0	32	3
12		Contabilidad Administrativa	Obligatorio	Especifico	2	2	3	32	32	64	7
13		Metodología de la Investigación Científica	Obligatorio	General	2	2	3	32	32	64	5
14		Psicología Organizacional	Obligatorio	General	2	2	3	32	32	64	8
15		Administración Moderna	Obligatorio	Especifico	3	2	4	48	32	80	6
16		Pensamiento Filosófico y Ética	Obligatorio	General	2	0	2	32	0	32	4
TOTAL					16	12	22	256	192	448	



TERCER SEMESTRE

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIOS	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	N° ASIGNATURA REQUISITO
17		Entorno Microeconómico	Obligatorio	General	2	2	3	32	32	64	11
18		Ingles III	Obligatorio	General	0	2	1	0	32	32	10
19		Administración de Riesgos y Medio Ambiente	Obligatorio	General	2	0	2	32	0	32	9
20		Marketing I	Obligatorio	General	2	2	3	32	32	64	15
21		Innovación y Emprendedurismo	Obligatorio	General	2	2	3	32	32	64	16
22		Liderazgo y Responsabilidad Social	Obligatorio	General	2	2	3	32	32	64	14
23		Relaciones Interlaborales con Personas de Habilidades Diferenciadas	Obligatorio	Especifico	2	0	2	32	0	32	13
24		Métodos Estadísticos	Obligatorio	General	3	2	4	48	32	80	12
TOTAL					15	12	21	240	192	432	

CUARTO SEMESTRE

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIOS	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	N° ASIGNATURA REQUISITO
25		Marketing II	Obligatorio	Especifico	2	2	3	32	32	64	20
26		Entorno Macroeconómico	Obligatorio	Especifico	2	2	3	32	32	64	17
27		Pronóstico para la Toma de Decisiones	Obligatorio	Especifico	3	2	4	48	32	80	24
28		Derecho Empresarial	Obligatorio	Especifico	2	2	3	32	32	64	22
29		Diseño Organizacional	Obligatorio	Especifico	3	2	4	48	32	80	21
30		Comportamiento del Consumidor	Obligatorio	Especifico	3	2	4	48	32	80	23
TOTAL					15	12	21	240	192	432	



QUINTO SEMESTRE

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIOS	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	N° ASIGNATURA REQUISITO
31		Administración Financiera	Obligatorio	De Especialidad	3	2	4	48	32	80	26
32		Gestión de Productos y Marcas	Obligatorio	De Especialidad	3	2	4	48	32	80	28
33		Sistema de Información Estratégica	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	27
34		Gestión de Estrategias de Precios	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	25
35		Creatividad	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	29
36		Taller de Investigación de Mercado I	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	30
37		Electivo 1 - Certificación Progresiva - CP5	Electivo	De Especialidad	0	4	2	0	64	64	30
TOTAL					14	16	22	224	256	480	

SEXTO SEMESTRE

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIOS	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	N° ASIGNATURA REQUISITO
38		Administración de Costos y Presupuestos	Obligatorio	De Especialidad	3	2	4	48	32	80	31
39		Gestión Estratégica de Promoción	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	32
40		Inteligencia de Negocios	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	35
41		Taller de Investigación de Mercado II	Obligatorio	De Especialidad	3	2	4	48	32	80	36
42		Gestión de la Cadena de Suministros	Obligatorio	De Especialidad	3	2	4	48	32	80	33
43		Gestión de Estrategias de Distribución	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	34
44		Electivo 2 - Certificación Progresiva - CP6	Electivo	De Especialidad	0	4	2	0	64	64	
TOTAL					15	12	23	240	256	496	



SÉPTIMO SEMESTRE

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIOS	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	N° ASIGNATURA REQUISITO
45		Planeamiento Estratégico de Marketing	Obligatorio	De Especialidad	3	2	4	48	32	80	39
46		Presupuesto de Marketing	Obligatorio	De Especialidad	3	2	4	48	32	80	38
47		Marketing de Servicios	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	40
48		Gestión Operativa	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	42
49		Marketing Personal	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	41
50		Gestión de Personas I	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	43
51		Electivo 3 - Certificación Progresiva - CP7	Electivo	De Especialidad	0	4	2	0	64	64	
TOTAL					14	16	22	224	256	480	

OCTAVO SEMESTRE

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIOS	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	N° ASIGNATURA REQUISITO
52		Gestión de Proyectos	Obligatorio	De Especialidad	3	2	4	48	32	80	47
53		Taller de Tesis I	Obligatorio	De Especialidad	3	2	4	48	32	80	45
54		Plan de Marketing	Obligatorio	De Especialidad	3	2	4	48	32	80	44
55		Gestión de Publicidad	Obligatorio	Especialidad	2	2	3	32	32	64	48
56		Gestión de Personas II	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	50
57		Marketing Social	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	46
TOTAL					15	12	21	240	192	432	



NOVENO SEMESTRE

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIOS	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	N° ASIGNATURA REQUISITO
58		Gestión del Comercio Internacional	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	53
59		Mercado de Capitales	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	51
60		Taller de Tesis II	Obligatorio	De Especialidad	3	2	4	48	32	80	53
61		Deontología Empresarial	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	55
62		Gestión de Ventas	Obligatorio	De Especialidad	3	2	4	48	32	80	54
63		Practica Pre Profesional I	Obligatorio	De Especialidad	0	6	3	0	96	96	56
TOTAL					12	16	20	192	256	448	

DÉCIMO SEMESTRE

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIOS	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	N° ASIGNATURA REQUISITO
64		Gestión Estratégica de Marketing	Obligatorio	De Especialidad	3	2	4	48	32	80	61
65		Marketing Internacional	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	57
66		Neuromarketing	Obligatorio	De Especialidad	3	2	4	48	32	80	59
67		Métricas de Gestión del Marketing	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	60
68		Marketing Digital y Redes Sociales	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	58
69		Practica Pre Profesional II	Obligatorio	De Especialidad	0	6	3	0	96	96	63
70		Endomarketing	Obligatorio	De Especialidad	0	4	2	0	64	64	62
TOTAL					12	16	22	192	320	512	



ELECTIVO 1 - CERTIFICACIÓN PROGRESIVA - CP5

No.	CÓDIGO	CERTIFICACIÓN	ASIGNATURAS	HT	HP	CRED.	THA	N° ASIGNATURA REQUISITO
CP5 1.1		Asistente de Publicidad	Marketing Digital Interactivo	0	4	2	4	32
CP5 2.1		Asistente de Marketing	Servicio al cliente - CRM	0	4	2	4	32

ELECTIVO 2 - CERTIFICACIÓN PROGRESIVA - CP6

No.	CÓDIGO	CERTIFICACIÓN	ASIGNATURAS	HT	HP	CRED.	THA	N° ASIGNATURA REQUISITO
CP6 1.2		Asistente de Publicidad	Publicidad Digital	0	4	2	4	CP5 1.1
CP6 2.2		Asistente de Marketing	Marketing Internacional	0	4	2	4	CP5 2.1

ELECTIVO 3 - PARA CERTIFICACIÓN PROGRESIVA CP7

No.	CÓDIGO	CERTIFICACIÓN	ASIGNATURAS	HT	HP	CRED.	THA	N° ASIGNATURA REQUISITO
CP7 1.3		Asistente de Publicidad	Estrategias de Redes Sociales	0	4	2	4	CP6 1.2
CP7 2.3		Asistente de Marketing	Neuromarketing Aplicado a los Negocios	0	4	2	4	CP6 2.2

RESUMEN

ASIGNATURAS		CRÉDITOS	
OBLIGATORIOS	ELECTIVOS	OBLIGATORIOS	ELECTIVOS
67	3	210	6
TOTAL ASIGNATURAS		TOTAL CRÉDITOS	
70		216	

TOTAL HORAS

TOTAL HT	TOTAL HP	TOTAL HORAS ACADÉMICAS
2272	2368	4640



IV. DENOMINACION DE LA CARRERA PROFESIONAL, GRADO, TÍTULO PROFESIONAL Y MODALIDAD

Carrera Profesional : **Marketing.**
Grado académico : **Bachiller en Administración.**
Título Profesional : **Licenciado en Administración con mención en Marketing.**
Modalidad : **Presencial.**



ESCUELA PROFESIONAL ADMINISTRACIÓN PRIVADA
MALLA CURRICULAR DE LA CARRERA PROFESIONAL DE MARKETING 2019

PRIMER SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE	TERCER SEMESTRE	CUARTO SEMESTRE	QUINTO SEMESTRE	SEXTO SEMESTRE	SÉPTIMO SEMESTRE	OCTAVO SEMESTRE	NOVENO SEMESTRE	DÉCIMO SEMESTRE
ESTUDIOS GENERALES		ESTUDIOS ESPECÍFICOS		ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD		ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD		ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	
01 MATEMÁTICA CRÉDITOS: 3	09 MATEMÁTICA FINANCIERA CRÉDITOS: 4	17 ENTORNO MICROECONÓMICO CRÉDITOS: 3	25 MARKETING II CRÉDITOS: 3	31 ADMINISTRACIÓN FINANCIERA CRÉDITOS: 4	38 ADMINISTRACIÓN DE COSTOS Y PRESUPUESTOS CRÉDITOS: 4	45 PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING CRÉDITOS: 4	52 GESTIÓN DE PROYECTOS CRÉDITOS: 4	58 GESTIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL CRÉDITOS: 3	64 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING CRÉDITOS: 4
02 INGLÉS I CRÉDITOS: 1	10 INGLÉS II CRÉDITOS: 1	18 INGLÉS III CRÉDITOS: 1	26 ENTORNO MACROECONÓMICO CRÉDITOS: 3	32 GESTIÓN DE PRODUCTOS Y MARCAS CRÉDITOS: 4	39 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE PROMOCIÓN CRÉDITOS: 3	46 PRESUPUESTO DE MARKETING CRÉDITOS: 4	53 TALLER DE TESIS I CRÉDITOS: 4	59 MERCADO DE CAPITALES CRÉDITOS: 3	65 MARKETING INTERNACIONAL CRÉDITOS: 3
03 TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN CRÉDITOS: 3	11 GLOBALIZACIÓN Y REALIDAD NACIONAL CRÉDITOS: 2	19 ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS Y MEDIOAMBIENTE CRÉDITOS: 2	27 PRONÓSTICO PARA LA TOMA DE DECISIONES CRÉDITOS: 4	33 SISTEMA DE INFORMACIÓN ESTRATÉGICA CRÉDITOS: 3	40 INTELIGENCIA DE NEGOCIOS CRÉDITOS: 3	47 MARKETING DE SERVICIOS CRÉDITOS: 3	54 PLAN DE MARKETING CRÉDITOS: 4	60 TALLER DE TESIS II CRÉDITOS: 4	66 NEUROMARKETING CRÉDITOS: 4
04 LENGUAJE Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL CRÉDITOS: 3	12 CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA CRÉDITOS: 3	20 MARKETING I CRÉDITOS: 3	28 DERECHO EMPRESARIAL CRÉDITOS: 3	34 GESTIÓN DE ESTRATEGIAS DE PRECIOS CRÉDITOS: 3	41 TALLER DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO II CRÉDITOS: 4	48 GESTIÓN OPERATIVA CRÉDITOS: 3	55 GESTIÓN DE PUBLICIDAD CRÉDITOS: 3	61 DEONTOLOGÍA EMPRESARIAL CRÉDITOS: 3	67 MÉTRICAS DE GESTIÓN DE MARKETING CRÉDITOS: 3
05 METODOLOGÍA DEL TRABAJO UNIVERSITARIO CRÉDITOS: 3	13 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA CRÉDITOS: 3	21 INNOVACIÓN Y EMPRENDEDURISMO CRÉDITOS: 3	29 DISEÑO ORGANIZACIONAL CRÉDITOS: 4	35 CREATIVIDAD CRÉDITOS: 3	42 GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO CRÉDITOS: 4	49 MARKETING PERSONAL CRÉDITOS: 3	56 GESTIÓN DE PERSONAS II CRÉDITOS: 3	62 GESTIÓN DE VENTAS CRÉDITOS: 4	68 MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES CRÉDITOS: 3
06 ADMINISTRACIÓN GENERAL CRÉDITOS: 4	14 PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL CRÉDITOS: 3	22 LIDERAZGO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CRÉDITOS: 3	30 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR CRÉDITOS: 4	36 TALLER DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO I CRÉDITOS: 3	43 GESTIÓN DE ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN CRÉDITOS: 3	50 GESTIÓN DE PERSONAS I CRÉDITOS: 3	57 MARKETING SOCIAL CRÉDITOS: 3	63 PRÁCTICA PRE PROFESIONAL I CRÉDITOS: 3	69 PRÁCTICA PRE PROFESIONAL II CRÉDITOS: 3
07 CONTABILIDAD GENERAL CRÉDITOS: 4	15 ADMINISTRACIÓN MODERNA CRÉDITOS: 4	23 RELACIONES INTERLABORALES CON PERSONAS DE HABILIDADES DIFERENCIADAS CRÉDITOS: 2							70 ENDOMARKETING CRÉDITOS: 2
08 ACTIVIDADES CULTURALES Y DEPORTIVAS CRÉDITOS: 1	16 PENSAMIENTO FILOSÓFICO Y ÉTICA CRÉDITOS: 2	24 MÉTODOS ESTADÍSTICOS CRÉDITOS: 4							

ELECTIVAS PARA CERTIFICACIÓN PROGRESIVA			
ÁREAS ELECTIVAS	37	44	51
CERTIFICACIÓN PROGRESIVA 1	ELECTIVO 1 5to. SEMESTRE	ELECTIVO 2 6to. SEMESTRE	ELECTIVO 3 7to. SEMESTRE
MENCIÓN 1	REQ. 30 CPS 1.1 MARKETING DIGITAL INTERACTIVO	REQ. CPS 1.1 PUBLICIDAD DIGITAL	REQ. CP6 1.2 ESTRATEGIAS DE REDES SOCIALES
ASISTENTE DE PUBLICIDAD	2	2	2
CERTIFICACIÓN PROGRESIVA 2	REQ. 30 CPS 2.1 SERVICIO AL CLIENTE - CRM	REQ. CPS 2.1 MARKETING INTERNACIONAL	REQ. CP6 2.2 NEUROMARKETING APLICADO A LOS NEGOCIOS
MENCIÓN 2	2	2	2
ASISTENTE DE MARKETING			

PRIMER SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE	TERCER SEMESTRE	CUARTO SEMESTRE	QUINTO SEMESTRE	SEXTO SEMESTRE	SÉPTIMO SEMESTRE	OCTAVO SEMESTRE	NOVENO SEMESTRE	DÉCIMO SEMESTRE
TOTAL CRÉDITOS: 22	TOTAL CRÉDITOS: 22	TOTAL CRÉDITOS: 21	TOTAL CRÉDITOS: 21	TOTAL CRÉDITOS: 22	TOTAL CRÉDITOS: 23	TOTAL CRÉDITOS: 22	TOTAL CRÉDITOS: 21	TOTAL CRÉDITOS: 20	TOTAL CRÉDITOS: 22

COLOR ICONO	ÁREA CURRICULAR
A	ESTUDIOS GENERALES
B	ESTUDIOS ESPECÍFICOS
C	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD

CUADRO CONSOLIDADO	
TOTAL DE ASIGNATURAS	70
TOTAL DE CRÉDITOS	216



[Handwritten signatures]



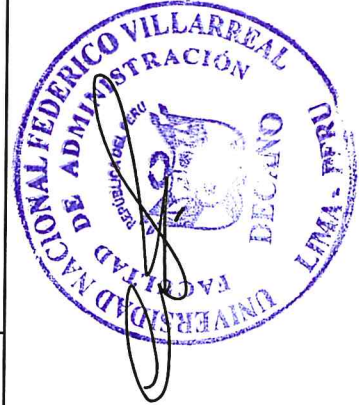
[Handwritten signature]

VI. TABLA DE EQUIVALENCIAS CARRERA PROFESIONAL DE MARKETING

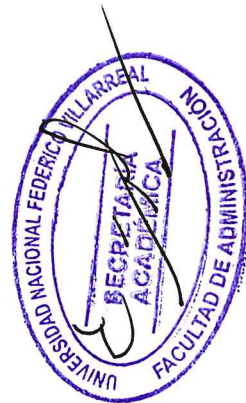
PLAN DE ESTUDIOS AÑO 2019				PLAN DE ESTUDIOS AÑO 2010			
SEMESTRE	CÓDIGO	ASIGNATURAS	CRÉDITOS	CICLO	CÓDIGO	ASIGNATURAS	CRÉDITOS
1		LENGUAJE Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	3	1	2C0075	Lenguaje y Comunicación I	3
1		MATEMÁTICA	3	1	3B0081	Matemática I	4
1		ACTIVIDAD CULTURAL Y DEPORTIVA	1	1	2D0024	Sociología	3
1		METODOLOGÍA DEL TRABAJO UNIVERSITARIO	3	1	6B0016	Métodos y Técnicas de Estudio	3
1		TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	3	2	2C0076	Lenguaje y Comunicación II	3
1		ADMINISTRACIÓN GENERAL	4	2	7ª0469	Administración I	4
1		CONTABILIDAD GENERAL	4	4	7B0135	Contabilidad para Administración I	4
1		INGLÉS I	1				
2		PENSAMIENTO FILOSÓFICO Y ÉTICA	2	1	2ª0069	Filosofía y Lógica	3
2		GLOBALIZACIÓN Y REALIDAD NACIONAL	2	1	4L0041	Visión Crítica del Perú	3
2		MATEMÁTICA FINANCIERA	4	3	3B0057	Matemática Financiera	4
2		METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	3	3	6C0061	Metodología de la Investigación Científica	3
2		ADMINISTRACIÓN MODERNA	4	3	7ª0494	Administración II	4
2		PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL	3	4	BA0203	Comportamiento Organizacional	3
2		CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA	3	4	7B0135	Contabilidad para Administración I	4
2		INGLÉS II	1				



PLAN DE ESTUDIOS AÑO 2019			PLAN DE ESTUDIOS AÑO 2010				
SEMESTRE	CÓDIGO	ASIGNATURAS	CRÉDITOS	CICLO	CÓDIGO	ASIGNATURAS	CRÉDITOS
3		INNOVACIÓN Y EMPREDEDURISMO	3	2	3B0117	MATEMÁTICA II	4
3		RELACIONES INTERLABORALES CON PERSONAS DE HABILIDADES DIFERENCIADAS	2	2	2I0160	INTRODUCCIÓN AL DERECHO	3
3		ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO Y MEDIO AMBIENTE	2	2	4L0024	GEOGRAFÍA ECONÓMICA	3
3		MARKETING I	3	2	7º0471	TEORÍA DEL MARKETING	3
3		ENTORNO MICROECONÓMICO	3	3	7C0005	MICROECONOMÍA	3
3		LIDERAZGO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	3	3	7C0005	MICROECONOMÍA	3
3		MÉTODOS ESTADÍSTICOS	4	3	5B0060	ESTADÍSTICA	4
3		INGLÉS III	1				
4		DERECHO EMPRESARIAL	3	3	2I0158	DERECHO CORPORATIVO	3
4		MARKETING II	3	3	2I0158	DERECHO CORPORATIVO	3
4		ENTORNO MACROECONÓMICO	3	4	7C0003	MACROECONOMÍA	3
4		COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	4	4	BA0568	ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	3
4		PRONÓSTICO PARA LA TOMA DE DECISIONES	4	4	5B0113	ESTADÍSTICA DE NEGOCIOS	4
4		DISEÑO ORGANIZACIONAL	4	4	7º0021	TEORÍA ORGANIZACIONAL	3



PLAN DE ESTUDIOS AÑO 2019				PLAN DE ESTUDIOS AÑO 2010			
SEMESTRE	CÓDIGO	ASIGNATURAS	CRÉDITOS	CICLO	CÓDIGO	ASIGNATURAS	CRÉDITOS
5		GESTIÓN DE ESTRATEGIAS DE PRECIOS	3	5	7B0136	CONTABILIDAD PARA ADMINISTRACIÓN II	4
5		SISTEMA DE INFORMACIÓN ESTRATÉGICA	3	5	7ª0019	SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL	3
5		TALLER DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO I	3	5	7ª0313	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	4
5		GESTIÓN DE PRODUCTOS Y MARCAS	4	7	7ª0504	MARKETING Y DESARROLLO DE PRODUCTOS	4
5		ADMINISTRACIÓN FINANCIERA	4	8	7ª0044	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA	4
5		CREATIVIDAD	3	8	7ª0296	ANÁLISIS DE DECISIONES	3
5		ELECTIVO 1 - CERTIFICACIÓN PROGRESIVA - CP5	2	8	7ª0296	ANÁLISIS DE DECISIONES	3
6		GESTIÓN DE ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	3	5	7ª0293	ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA	4
6		ADMINISTRACIÓN DE COSTOS Y PRESUPUESTOS	4	6	7A0275	ADMINISTRACIÓN DE COSTOS	4
6		INTELIGENCIA DE NEGOCIOS	3	6	7A0323	MARKETING Y NEGOCIOS DE CONFLICTOS	3
6		TALLER DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO II	4	6	7A0314	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	4
6		GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS	4	6	7A0286	ADMINISTRACIÓN DE LOGÍSTICA I	4
6		GESTIÓN DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	3	8	7ª0505	MARKETING Y MERCHANDISING	4
6		ELECTIVO 2 - CERTIFICACIÓN PROGRESIVA - CP6	2	8	7ª0506	MARKETING Y MERCHANDISING	4



PLAN DE ESTUDIOS AÑO 2019				PLAN DE ESTUDIOS AÑO 2010			
SEMESTRE	CÓDIGO	ASIGNATURAS	CRÉDITOS	CICLO	CÓDIGO	ASIGNATURAS	CRÉDITOS
7		GESTIÓN OPERATIVA	3	5	6C0006	INVESTIGACIÓN OPERATIVA	3
7		MARKETING DE SERVICIOS	3	5	7A0316	MARKETING DE SERVICIOS	3
7		PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING	4	6	7A0332	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING	3
7		GESTIÓN DE PERSONAS I	3	6	7A0491	ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL	4
7		PRESUPUESTO DE MARKETING	4	7	7º0337	PRESUPUESTO DE MARKETING	4
7		MARKETING PERSONAL	3	7	7º0320	MARKETING PERSONAL	3
7		ELECTIVO 3 - CERTIFICACIÓN PROGRESIVA - CP7	2	7	7º0321	MARKETING PERSONAL	3
8		GESTIÓN DE PERSONAS II	3	7	7º0288	ADMINISTRACIÓN DE LOGÍSTICA II	4
8		GESTIÓN DE PUBLICIDAD	3	8	HC0130	TALLER Y DISEÑO DE PUBLICIDAD	3
8		PLAN DE MARKETING	4	8	7º0336	POLÍTICA DE MARKETING	3
8		GESTIÓN DE PROYECTOS	4	8	7D0019	FORMULACIÓN DE PROYECTOS	4
8		MARKETING SOCIAL	3	9	2I0161	DEFENSA NACIONAL	3
8		TALLER DE TESIS I	4	10	HC0087	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN	3



PLAN DE ESTUDIOS AÑO 2019				PLAN DE ESTUDIOS AÑO 2010			
SEMESTRE	CÓDIGO	ASIGNATURAS	CRÉDITOS	CICLO	CÓDIGO	ASIGNATURAS	CRÉDITOS
9		GESTIÓN DE VENTAS	4	7	7º0339	PROCESO Y PROMOCIÓN DE VENTAS	3
9		DEONTOLOGÍA EMPRESARIAL	3	9	2º0068	DEONTOLOGÍA PROFESIONAL	3
9		GESTIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL	3	9	7D0048	EVALUACIÓN DE PROYECTOS	4
9		PRACTICA PRE PROFESIONAL I	3	9	GA0061	PRACTICA PRE PROFESIONAL I	3
9		MERCADO DE CAPITALS	3	10	7A0324	MERCADO DE CAPITALS Y PRODUCTOS	4
9		TALLER DE TESIS II	4	10	7A488	ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	4
10		MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES	3	9	7º0340	PROMOCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PUBLICIDAD	3
10		NEUROMARKETING	4	9	7º0502	MARKETING RELACIONAL CRM	3
10		GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING	4	9	7C0228	GERENCIA DE MARKETING	3
10		PRACTICA PRE PROFESIONAL II	3	10	GA0051	PRACTICA PRE PROFESIONAL II	3
10		MÉTRICAS DE GESTIÓN DE MARKETING	3	10	7B0133	AUDITORIA DE MARKETING	4
10		MARKETING INTERNACIONAL	3	10	7A0319	MARKETING INTERNACIONAL Y BLOQUES DE MERCADOS	3
10		ENDOMARKETING	2	2	7º0471	TEORÍA DEL MARKETING	3

