

<b>ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO</b>						
<b>PERFIL DEL EGRESADO EXPRESADO EN COMPETENCIAS</b>	Diagnostica y plantea soluciones a problemas de mercadeo de manera responsable y con criterios éticos					
	Analiza y comprende los fenómenos políticos, económicos y sociales, y su impacto en el proceso de mercadeo organizacional y en los mercados en general.					
	Toma decisiones estratégicas de mercadeo y comercialización de productos y servicios, basado en el análisis y en la investigación de mercados.					
	Analiza y formula estrategias para el aprovechamiento de nuevas oportunidades de negocios dentro del contexto de la apertura y la globalización de los mercados.					
<b>ÁREAS DE FORMACIÓN</b>	<b>I Semestre</b>			<b>II Semestre</b>		
<b>FUNDAMENTACIÓN</b>	<b>Neuromarketing</b>					
	HP	HI	CR			
	36	108	3			
	<b>Metodos Cuantitativos para Toma de Decisiones</b>			<b>Modelos de Negocio</b>		
	HP	HI	CR	HP	HI	CR
	19	77	2	19	77	2
<b>PROFESIONAL</b>						
	<b>Innovación y Emprendimiento</b>			<b>Comunicaciones Integradas y Marketing Digital en los Negocios</b>		
	HP	HI	CR	HP	HI	CR
	28	116	3	36	108	3
	<b>Marketing &amp; Growth</b>			<b>Investigación de Mercados</b>		
	HP	HI	CR	HP	HI	CR
19	77	2	36	108	3	
<b>FORMACIÓN LASALLISTA</b>				<b>Humanismo y Ciencia</b>		
				HP	HI	CR

				24	72	2	
TOTAL DEL PERÍODO	HP	HI	CR	HP	HI	CR	
	<u>102</u>	<u>378</u>	<u>10</u>	<u>115</u>	<u>365</u>	<u>10</u>	
Espacios académicos electivos	HP	HI	CR				Núcleo problémico 1 (NP1): Marketing y entorno digital
	72	216	6				
							Núcleo problémico 2 (NP2): Internacionalización y Competitividad
TOTAL CRÉDITOS PROGRAMA	HP	HI	CR				
	289	959	26				