

PLAN DE ESTUDIOS

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|--|---------------------------|--|------------------------------------|----------------------|
| | Ética | Constitución Política de Colombia | | Electiva I | | Electiva III | | Electiva IV |
| Expresión Oral y Escrita | | Pensamiento Investigativo | | Electiva II | | | | Electiva V |
| Inglés I | Inglés II | Inglés III | Inglés IV | Inglés V | Emprendimiento | Electiva de Humanidades | | |
| Fundamentos en Matemáticas | Cálculo I | Cálculo II | | | | | | |
| | | | Estadística I | Estadística II | | Mercadeo Internacional | Logística Internacional | |
| | | | Álgebra y Programación Lineal | | | | Negocios Internacionales | |
| | | | | | Legislación Comercial | Legislación Internacional | | |
| Fundamentos de Administración | | | | | Pronósticos | | | |
| Fundamentos de Economía | | | | | Teoría Económica | Economía Internacional | | |
| | Fundamentos de Contabilidad | Contabilidad Administrativa | | | Finanzas | | Evaluación Financiera de Proyectos | |
| | | | | | | Formulación del Anteproyecto en Mercadeo | Práctica Universitaria | Trabajo de Grado |
| Fundamentos de Mercadeo | Comportamiento del Consumidor | | Estrategia de Mercado I Producto | Estrategia de Mercado III Distribución | Investigación de Mercados | | | Mercadeo Estratégico |
| | Electiva de Ciencias Humanas | Electiva de Ciencias Sociales | Estrategia de Mercado II Comunicación | Estrategia de Mercado IV Precio | | | | |

OFERTA DE ELECTIVAS

- Analítica del Consumidor con Big Data (virtual)
- Arquitectura de la Calidad en la Gestión Organizacional
- Business English I
- Business English II
- Coaching Empresarial
- Comercio Exterior
- Cultura y Globalización
- El mercadeo y los Servicios
- Emprendimiento e Iniciativa Empresarial
- Estrategias de Negociación
- Excell Aplicado a las Ciencias Económicas
- Francés I
- Francés II
- Gerencia de Ventas
- Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa
- Gestión Humana
- Gestión de Marca
- Habilidades Gerenciales
- Ideas y Oportunidad de Negocio
- Imagen, Mujer y Mercadeo
- Inglés B21
- Inglés B22
- Inglés C12
- Italiano I
- Liderazgo
- Marca Registrada y Propiedad Intelectual
- Marketing Sensorial
- Marketing Turístico
- Mercadeo Electrónico
- Mercadeo Social
- Mercados de Divisas y Derivados
- Mesa de Dinero Virtual
- Organización de Eventos y Protocolo
- Plan de Empresa
- Plan de Mercadeo
- Portugués I
- Portugués II
- Publicidad, Mercadeo y Sociedad
- Sistemas de Control de Gestión
- Servicio al Cliente
- Técnicas en Presentaciones Efectivas
- Territorio Cultural y Medio Ambiente
- Trade Marketing
- Visual Merchandising

Plan de estudios sujeto a cambios - 49 asignaturas / 150 créditos académicos

Esta propuesta no establece el único camino de formación académica

*El estudiante debe escoger sus electivas de la oferta académica vigente en el momento de su matrícula

Observaciones: esta estructura curricular corresponde a la modalidad diurna. Las asignaturas para matricular cada semestre y los créditos correspondientes pueden variar en la modalidad nocturna.

Convenciones:
 Formación básica
 Básica profesional
 Profesional específica
 Electivas*