

PLAN DE ESTUDIOS

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Fundamentos de mercadeo	Investigación cualitativa del consumidor	Contabilidad administrativa	Estrategia en mercadeo I producto	Estrategia en mercadeo III distribución	Investigación de mercados	Mercadeo internacional	Negocios internacionales	Mercadeo estratégico
Expresión oral y escrita	Ética	Pensamiento investigativo	Estrategia en mercadeo II - comunicación	Estrategia en mercadeo IV precio	Emprendimiento	Economía internacional		Trabajo de grado
Fundamentos de administración	Electiva de ciencias humanas	Constitución Política de Colombia	Álgebra y programación lineal	Electiva I	Finanzas	Legislación internacional	Logística internacional	Electiva IV
Fundamentos de economía	Fundamentos de contabilidad	Electiva de ciencias sociales		Electiva II	Teoría económica	Electiva III	Evaluación financiera de proyectos	Electiva V
Inglés I	Inglés II	Inglés III	Inglés IV	Inglés V	Legislación comercial	Electiva de humanidades	Práctica universitaria: investigación aplicada en mercadeo	
Fundamentos en matemáticas	Cálculo I	Cálculo II	Estadística I	Estadística II	Pronósticos	Formulación del anteproyecto en mercadeo		

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

Convenciones: Formación básica, Básica profesional, Profesional específica, Electivas*