



MERCADEO Y PUBLICIDAD
PLAN DE ESTUDIOS 2020-1S (0536)
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

	I SEMESTRE I	II SEMESTRE II	III SEMESTRE III	IV SEMESTRE IV	V SEMESTRE V	VI SEMESTRE VI	VII SEMESTRE VII	VIII SEMESTRE VIII
FUNDAMENTACIÓN BÁSICA	3 Taller de Comunicación y Sociedad	3 Taller de Principios de Economía	3 Microeconomía Aplicada	3 Intellectual Property	5 Laboratorio I	5 Laboratorio II	5 Laboratorio III	
	3 Taller de Pensamiento de Problemas	3 Taller de Mercadeo Básico	3 Estadística	3 Costos y Presupuestos	3 Digital Marketing Workshop			
	3 Taller de Contabilidad y Análisis Financiero		3 Taller de Comportamiento del Consumidor					
	3 Taller de Administración y Organizaciones							
Subtotal F. Básica	51							
FUNDAMENTACIÓN ESPECÍFICA	3 Fundamentos de Publicidad y Branding	3 Psicología y Persuasión	3 Productos y Servicios		3 Logística y Distribución	3 Emprendimiento de Industrias Culturales y Creativas	3 Contenidos para Medios Audiovisuales y Digitales	6 Opción de grado
		3 Fotografía y Diseño Publicitario		3 Investigación de Mercados	3 Enfoques Gerenciales	3 Comunicaciones Integradas de Marketing	3 Análisis de Datos (Big Data)	3 Plan de Mercadeo Aplicado
				3 Gerencia Comercial y de Precios	3 Planeación Estratégica Publicitaria	3 Redacción Publicitaria	3 Estrategia y Planeación de Medios	3 International Marketing
Subtotal F. Especifica	57							
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA		3 Humanidades I	3 Humanidades II	3 Ética, Ciudadanía y Paz				
Subtotal F. Humanista	9							
IDIOMA EXTRANJERO	2 Inglés A0	2 Inglés A1	2 Inglés A2	2 Inglés B1				
Subtotal Idioma Extranjero	8							
ELECTIVAS					0 Examen de seguimiento	3 Electiva I	3 Electiva II	3 Electiva III
Subtotal Electivas	9							
Total Créditos	134	17	17	17	17	17	17	15
Total Materias	44	6	6	6	6	5	5	4

Esta es la ruta académica sugerida por el Programa depende de oferta semestral, en virtud de la flexibilidad curricular y de los prerrequisitos establecidos.

El Programa aplicará un Examen de Seguimiento a los estudiantes que hayan cursado y aprobado el 50% del plan de estudios. Su resultado tendrá un carácter formativo para el estudiante y le habilitará opciones académicas en consonancia con los lineamientos institucionales.