



ESPECIALIZACIÓN GERENCIA DE MERCADEO SANTA MARTA

PLAN DE ESTUDIOS 2020-1S (0463)

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

| | I SEMESTRE | | II SEMESTRE | |
|---------------------------------|------------|-------------------------------|-------------|--|
| | I | | II | |
| COMPONENTE ESPECÍFICO | 3 | COMPETENCIAS GERENCIALES | 3 | INTELIGENCIA COMERCIAL Y DE PRECIO |
| | 3 | MERCADEO Y PROPUESTA DE VALOR | 3 | ESTRATEGIA DE MARCA Y COMUNICACIONES |
| | 3 | CONSUMIDOR Y MERCADOS | | |
| | 3 | LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN | | |
| Subtotal C. Específico | 18 | | | |
| COMPONENTE INVESTIGATIVO | | | 3 | GESTIÓN INTEGRAL DE MERCADEO (TRABAJO FINAL) |
| Subtotal C. Investigativo | | 3 | | |
| COMPONENTE FLEXIBLE | | | 3 | ELECTIVA |
| Subtotal C. Flexible | | 3 | | |
| Total Créditos | 24 | 12 | | 12 |
| Total Materias | 8 | 4 | | 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.