

INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MENCIÓN MARKETING, ONLINE

LÍNEAS CURRICULARES:

CONOCIMIENTOS BÁSICOS
(DE ORIENTACIÓN TÉCNICA)

ESPECIALIDAD TÉCNICA

PERSONAL Y SOCIAL

PRÁCTICA

PRIMER AÑO					SEGUNDO AÑO				
CICLO 1	CICLO 2	CICLO 3	CICLO 4	CICLO 5	CICLO 6	CICLO 7	CICLO 8	CICLO 9	CICLO 10
MATEMÁTICA	ALFABETIZACIÓN DIGITAL	ESTADÍSTICA						INGLÉS I	INGLÉS II
A ADMINISTRACIÓN	INICIATIVA EMPRESARIAL Y MODELOS DE NEGOCIO	MARKETING	OMNISCANALIDAD	A ADMINISTRACIÓN FINANCIERA	B DISEÑO UX Y ESTRATEGIA DE MARKETING	TÉCNICAS DE COMMUNITY MANAGEMENT	COMERCIO ELECTRÓNICO	COMERCIO EXTERIOR	
			CONTABILIDAD	CONTABILIDAD DE COSTOS Y PRESUPUESTO	B MARKETING DIGITAL	C PLAN DE MARKETING	B MARKETING Y ESTRATEGIAS DIGITALES	BASES PARA LA FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	
			A GESTIÓN DE PERSONAS	DESARROLLO ORGANIZACIONAL					
DESARROLLO HABILIDADES COMUNICACIONALES	ÉTICA SOCIAL Y PERSONAL								C TALLER DE LIDERAZGO Y EMPRENDIMIENTO
CURSO-TALLER PROPEDEÚTICO									
						TALLER DE DISEÑO EXPERIENCIA USUARIOS	TALLER DE SEGMENTACIÓN Y VENTAS		C TALLER DE INTEGRACIÓN PLAN DE NEGOCIO Y MARKETING
TERCER AÑO					CUARTO AÑO				
CICLO 11	CICLO 12	CICLO 13	CICLO 14	CICLO 15	CICLO 16	CICLO 17	CICLO 18	CICLO 19	CICLO 20
INGLÉS III	INGLÉS IV	TÉCNICAS PARA ANÁLISIS DE DATOS CUANTITATIVOS	TÉCNICAS PARA ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS						
ECONOMÍA	D DERECHO COMERCIAL	E MARKETING ESTRATÉGICO	GENERACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MARCA	PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN	TRIBUTACIÓN EMPRESARIAL	E COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGOS	ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN Y MEDIACIÓN DE CONFLICTOS DE USUARIOS	
E INVESTIGACIÓN DE MERCADO	D INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	ANÁLISIS DE CONDUCTAS DEL CONSUMIDOR	GESTIÓN DE EMPRESAS	MARKETING GLOBAL	E ANALÍTICA Y VISUALIZACIÓN DE DATOS EN MARKETING	D FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	CONSULTORÍA DE EMPRESAS	MARKETING Y BRANDING CORPORATIVO	
				UX RESEARCH					
						CURSO-TALLER DE DESARROLLO PERSONAL			
					TALLER DE INTEGRACIÓN DATA ANALYTICS Y MARKETING		TALLER DE DESIGN THINKING Y MARKETING		PRÁCTICA PROFESIONAL (**)

DIPLOMA

La malla curricular considera la certificación en diferentes áreas de desempeño laboral.

A Asignatura que debe aprobarse para alcanzar **DIPLOMA EN OPERACIONES ADMINISTRATIVAS**

D Asignatura que debe aprobarse para alcanzar **DIPLOMA EN FACTIBILIDAD DE NEGOCIOS**

B Asignatura que debe aprobarse para alcanzar **DIPLOMA EN GESTIÓN Y ESTRATEGIA DIGITAL**

E Asignatura que debe aprobarse para alcanzar **DIPLOMA EN ANÁLISIS DE DATOS Y MARKETING ESTRATÉGICO**

C Asignatura que debe aprobarse para alcanzar **DIPLOMA EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN**

- » Las mallas curriculares pueden ser actualizadas durante su desarrollo para un mejor proceso formativo.
- » Esta malla no incluye los prerrequisitos de asignaturas.
- » Para alumnos vespertinos, eventualmente sus prácticas pueden requerir disponibilidad en horario diurno.
- » Existen asignaturas transversales que integran estudiantes de diferentes especialidades.

(**) Práctica profesional y trabajo de título se realizan al finalizar el ciclo y habiendo aprobado todo el plan de estudios.