

INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MENCIÓN MARKETING PLAN CONTINUIDAD

PRIMER AÑO				
CICLO 11	CICLO 12	CICLO 13	CICLO 14	CICLO 15
INGLÉS III	INGLÉS IV	TÉCNICAS PARA ANÁLISIS DE DATOS CUANTITATIVOS	TÉCNICAS PARA ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS	
ECONOMÍA	A DERECHO COMERCIAL	B MARKETING ESTRATÉGICO	GENERACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MARCA	PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN
B INVESTIGACIÓN DE MERCADO	A INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	ANÁLISIS DE CONDUCTAS DEL CONSUMIDOR	GESTIÓN DE EMPRESAS	MARKETING GLOBAL
				UX RESEARCH

SEGUNDO AÑO				
CICLO 16	CICLO 17	CICLO 18	CICLO 19	CICLO 20
TRIBUTACIÓN EMPRESARIAL	B COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGOS	ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN Y MEDIACIÓN DE CONFLICTOS DE USUARIOS	
B ANALÍTICA Y VISUALIZACIÓN DE DATOS EN MARKETING	A FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	CONSULTORÍA DE EMPRESAS	MARKETING Y BRANDING CORPORATIVO	
	CURSO - TALLER DE DESARROLLO PERSONAL			
TALLER DE INTEGRACIÓN DATA ANALYTICS Y MARKETING		TALLER DE DESIGN THINKING Y MARKETING		PRÁCTICA LABORAL

LÍNEAS CURRICULARES:

- CONOCIMIENTOS BÁSICOS (DE ORIENTACIÓN TÉCNICA)
- ESPECIALIDAD TÉCNICA
- PERSONAL Y SOCIAL
- PRÁCTICA

DIPLOMA

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

- A** Asignatura que debe aprobarse para alcanzar **DIPLOMA EN FACTIBILIDAD DE NEGOCIOS**
- B** Asignatura que debe aprobarse para alcanzar **DIPLOMA EN ANÁLISIS DE DATOS Y MARKETING ESTRATÉGICO**

- » 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.

INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MENCIÓN MARKETING PLAN CONTINUIDAD

ORIENTACIÓN DE LA CARRERA



La carrera de Ingeniería en Administración de Empresas, Mención Marketing del Instituto Profesional IPG forma profesionales con una perspectiva estratégica y operacional de las organizaciones, con foco en la gestión del marketing, considerando el análisis de audiencia, el posicionamiento de marca y el uso de herramientas digitales, entre otros. Entrega a sus titulados herramientas para comprender y gestionar los aspectos derivados de la administración relacionados con las estrategias del marketing y su implementación.

CAMPO OCUPACIONAL



El profesional de esta carrera, estará capacitado para desempeñarse en:

- Empresas tanto productivas como de servicios
- Empresas del sector público y privado.
- El libre ejercicio de la profesión, a través de asesorías a empresas, gestionando sus propios emprendimientos.

PERFIL DE EGRESO



El y la Ingeniero en Administración, Mención Marketing del Instituto Profesional IPG posee conocimientos y habilidades para innovar y liderar en el ámbito del marketing, adaptándose a las tendencias y dinámicas cambiantes del mercado. Este profesional está preparado para desempeñarse en sectores comerciales enfocándose especialmente en el marketing y la comunicación digital. Su formación le permite desenvolverse tanto en organizaciones públicas y privadas, así como en iniciativas de emprendimiento.

Es capaz de planificar, diseñar e implementar estrategias de marketing efectivas, con un enfoque en el análisis de perfiles de audiencia, usuarios y mercados objetivo, lo que permite gestionar proyectos y campañas de fidelización de manera eficiente, utilizando herramientas, canales y tecnologías digitales innovadoras para agregar valor y diferenciación, fortaleciendo el posicionamiento de imagen y marca corporativa, manejando métricas e indicadores de rendimiento.

Su formación integral le permite desempeñar su trabajo de manera responsable y comprometida, respetuosa de la dignidad humana, con énfasis en el liderazgo y el emprendimiento, así como el respeto por la diversidad y mirada inclusiva, lo que le permite integrarse de manera efectiva a equipos multidisciplinarios, vinculados activamente con el medio y la sociedad.