



MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS y MAESTRÍA EN MERCADEO

PLAN DE ESTUDIOS DOBLE TITULACIÓN

SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4
3 créditos Habilidades Dirección Liderazgo	1 crédito Seminario Taller Trabajo de grado	2 créditos Estrategia de Medios de Comunicación	3 créditos Investigación Cualitativa
2 créditos Entorno Económico	3 créditos Estrategia Empresarial	Asistida por medios digitales	3 créditos Antropología del Consumo
2 créditos Gestión Financiera de Negocios	2 créditos Gerencia de Mercadeo	2 créditos Estrategia de Fijación de Precios	2 créditos Mercadeo internacional
2 créditos Teoría de Organizaciones	2 créditos Dirección y Desarrollo del Capital Humano	Asistida por medios digitales	Asistida por medios digitales
2 créditos Métodos Cuantitativos para las Finanzas	2 créditos Estrategias de Internacionalización	2 créditos Análisis y Conducta del Consumidor	3 créditos Mercadeo Digital
2 créditos Ética y Responsabilidad Social	2 créditos Finanzas Corporativas	2 créditos Electiva de Internacionalización	2 créditos Gestión de la cadena de Suministro
Asistida por medios digitales	2 créditos Gestión de Redes de Abastecimiento	3 créditos Gestión de la Innovación y el emprendimiento	Electiva II
3 créditos Técnicas Cuantitativas Toma de Decisiones	3 créditos Competitividad Empresarial y Desarrollo Regional	3 créditos Innovación y Construcción de valor	3 créditos Trabajo de Grado Curso Capstone
			Asistida por medios digitales
			SEMESTRE ADICIONAL PARA COMPLEMENTAR M. MERCADEO
16 créditos	17 créditos	14 créditos	16 créditos



Asignaturas comunes

63 créditos totales