



Universidad Nacional
Federico Villarreal



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
Potenciando tu talento, mejoramos el mundo

FACULTAD DE ADMINISTRACION

ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACION PRIVADA

PROGRAMA DE ESTUDIO
MARKETING

PLAN DE ESTUDIO 2019

SUMILLAS

N°	PLAN	CICLO	CODIGO DE ASIGNATURA	ASIGNATURA	SUMILLA
1	2019	I	100374	Matemática	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios generales, es teórico – práctica y tiene el propósito de generar competencias para desarrollar capacidades vinculadas al pensamiento lógico matemático, interpretando y adaptándolos a su realidad.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Teoría de conjuntos, lógica proposicional. 2. Ecuaciones e inecuaciones, Relaciones y Funciones, distancia entre dos puntos, Números Reales. 3. La circunferencia, parábola y elipse, límites, matrices. 4. Derivadas parciales y totales, diferenciales e integrales.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es Informe de casos prácticos de aplicación de Derivadas e integrales.</p>
2	2019	I	100375	Inglés I	<p>La asignatura pertenece al área curricular de Estudios generales, es Práctica y tiene el propósito de Desarrollar así las competencias comunicativas básicas del estudiante en el aprendizaje de un segundo idioma.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Introducción y presentación básica usando información personal. 2. Descripción familiar y uso de posesivos. 3. Actividades de rutina, hobbies y preferencias. 4. Descripción de lugares y uso de preposiciones de tiempo y de espacio.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es Elaboración y presentación de un informe sobre su descripción personal integrando los temas en estudio considerando los criterios de la rúbrica de evaluación.</p>
3	2019	I	101144	Tecnología de la Información y Comunicación	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios generales, es teórico – práctica y tiene el propósito de conocimientos de los principios de la información en relación con las diversas técnicas de aprendizaje que posibiliten establecer la relación entre la informática y la administración; identificar las TIC en nuestra sociedad y los negocios conociendo la importancia de su uso como herramienta tecnológica.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Conocimientos básicos de la informática y TIC, conoce y uso del procesador de texto Word a nivel intermedio en la elaboración de todo tipo de documento. 2. Domina las técnicas del procesador de textos WORD en un nivel avanzado para la elaboración de diversos tipos de documento de mejor calidad. 3. Aprende el diseño de combinar correspondencia y el uso del prezi. 4. Comprende y entiende los diferentes elementos del MS EXCEL, así como su funcionamiento y correcta aplicación dominando los comandos básicos, para adecuado manejo de la aplicación Excel. Así como la correcta comprensión e interpretación de funciones.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaborar presentaciones efectivas.</p>
4	2019	I	101145	Lenguaje y Comunicación Empresarial	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios generales, es teórico – práctica y tiene el propósito de lograr el desarrollo de la competencia lingüística; que</p>

					<p>permita al futuro profesional expresarse con claridad, coherencia y pertinencia, en forma oral y escrita.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Lenguaje, comunicación y sociedad. 2. Niveles y funciones del lenguaje. 3. La comunicación oral en la interrelación humana. 4. La comunicación escrita y la ortografía.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es planificar su exposición (tema libre) escriba con letra inicial minúscula y sin punto final.</p>
5	2019	I	100372	Metodología del Trabajo Universitario	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios generales, es teórico – práctica y tiene el propósito de uso de métodos y técnicas de estudio y lectura, así como de técnicas dinámicas. Incluye conceptos de ciencia, tecnología, revolución científica, así como también la elaboración de monografías bibliográficas o de campo siguiendo el método científico.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Introducción. Antecedentes y casos en la especialidad. 2. Universidad, Ciencia y Tecnología: rol del Estudiante Universitario. 3. Método Científico y el Trabajo Intelectual. 4. El Conocimiento y las Técnicas de Estudio.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es monografía de un modelo de trabajo Universitario-Personal.</p>
6	2019	I	101146	Administración General	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de desarrollar una visión sistémica de la Administración en las organizaciones públicas y privadas.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Enfoques teóricos de la administración, escenarios, grupos de interés y responsabilidad empresarial. 2. La administración como Ciencia, importancia y roles de la empresa en el contexto actual. 3. La Empresa como organización inteligente. 4. El rol de la empresa en el desarrollo nacional.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es presentar una monografía de la visión estratégica de una empresa del sector empresarial.</p>
7	2019	I	101147	Contabilidad General	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de comprender el proceso de la información contable y formular los Estados Financieros básicos para determinar la situación económica, financiera y los resultados que obtienen las empresas industriales.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Introducción a la Contabilidad. 2. La Normalización contable. 3. El Proceso contable. 4. Los informes contables.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es confeccionar estados financieros básicos de acuerdo con las normas y procedimientos contables.</p>
8	2019	I	100552	Actividades Culturales y Deportivas	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios generales, es práctica y tiene el propósito de desarrollo de habilidades psicomotrices, aptitudes físicas y culturales.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Fútbol, básquet, vóley y atletismo. 2. Ajedrez, ping pong y monopolio. 3. karate, taikon, taekwondo y lucha libre. 4. Danzas, arte, folklore.</p>

					La tarea académica exigida al estudiante es campeonato de las unidades deportivas y culturales.
9	2019	II	101148	Matemática Financiera	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios específicos, es teórico-práctica y tiene el propósito de propósito de desarrollar habilidades en el alumno para la formación básica y científica en las destrezas matemáticas, garantizando su formación profesional en la toma de decisiones gerenciales, además de proporcionar los fundamentos de la matemática financiera.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Interés simple. 2. Interés compuesto. 3. Anualidades simples vencidas. 4. Anualidades simples anticipadas y diferidas.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es que, mediante un trabajo monográfico demuestre que conoce los conceptos fundamentales de la matemática financiera para resolver problemas financieros.</p>
10	2019	II	100382	Ingles II	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios generales, es práctica y tiene el propósito de propósito de perfeccionar la competencia lingüística a nivel básico para el desempeño correcto del estudiante en la expresión y comprensión oral al igual que la comprensión y producción de textos.</p> <p>Desarrolla las siguientes de aprendizaje de aprendizaje: 1. Habilidades, permisiones y posibilidades. 2. Actividades cotidianas en tiempo presente. 3. Clima, transporte y lugares. 4. Expresiones y secuencias en tiempo pasado.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es Elaboración de un texto corto oral y escrito sobre actividades cotidianas en su entorno personal haciendo uso de las estructuras gramaticales y de vocabulario en estudio considerando los criterios de la rúbrica de evaluación.</p>
11	2019	II	101149	Globalización y Realidad Nacional	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios generales, es teórico – práctica y tiene el propósito de introducir al análisis de la realidad nacional en un contexto de globalización e integración económica, teniendo como fondo la actual crisis nacional e internacional, que permita entender el impacto de las políticas económicas y ambientales en el entorno empresarial turístico, para una adecuada toma de decisiones, utilizando las categorías socioeconómicas.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Globalización, marco teórico conceptual. Nacional e internacional. 2. Impacto en la realidad económico-social peruana. 3. Análisis e interpretación de los problemas que afectan al país, en el aspecto geográfico, político, económico social educativo, tecnológico, científico, ecológico y administrativo del Perú. 4. Temas esenciales de investigación para la política económico-social peruana.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es monografía de la realidad nacional actual el contexto de la globalización e integración económica para la industria.</p>
12	2019	II	101150	Contabilidad Administrativa	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios específico, es teórico – práctico y tiene el propósito de comprender el proceso de la información contable y formular los Estados Financieros básicos para</p>

					determinar la situación económica, financiera y los resultados que obtienen las empresas industriales. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Modelos de elaboración de los estados financieros. 2. El flujo de caja. 3. El estado de ganancias y pérdidas. 4. Flujo de fondos y cambios en el patrimonio neto. La tarea académica exigida al estudiante es confeccionar estados financieros básicos de acuerdo con las normas y procedimientos contables.
13	2019	II	100377	Metodología de la Investigación Científica	La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de Estructura del trabajo científico, principales técnicas para la construcción de datos, fuentes primarias y secundarias. Desarrolla las siguientes de aprendizaje de aprendizaje: 1. Fundamentos de la ciencia y del conocimiento científico. 2. La investigación científica. 3. Etapas de la investigación. 4. Técnicas e instrumentos de investigación. La tarea académica exigida al estudiante es Monografía de la importancia de la Investigación Científica en la UNFV.
14	2019	II	101151	Psicología Organizacional	La asignatura pertenece al área curricular de estudios generales, es teórico – práctica y tiene el propósito de informar y explicar el comportamiento humano en el trabajo, tomando especial consideración en el desarrollo de competencias y habilidades de dicho trabajador dentro de las organizaciones empresariales y sociales. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Psicología organizacional e industrial. Conceptos fundamentales y aportes a la dinámica organizacional. Salud mental. 2. Motivación y comunicación en el trabajo. 3. El liderazgo en las organizaciones actuales. 4. Cultura y cambio organizacional. La tarea académica exigida al estudiante es monografía de la influencia de la salud mental en el rendimiento laboral.
15	2019	II	101152	Administración Moderna	La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de Conocimiento del entorno y de la influencia en la organización empresarial. Responsabilidades gerenciales y directivas. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Introducción al curso, las organizaciones y su entorno. 2. Elementos del proceso administrativo. 3. Nuevas tendencias de la administración. 4. Nuevos paradigmas empresariales. La tarea académica exigida al estudiante es Monografía Final, de una empresa moderna donde se aplican los nuevos paradigmas empresariales.
16	2019	II	101153	Pensamiento Filosófico y Ética	La asignatura pertenece al área curricular de estudios generales, es teórico – práctica y tiene el propósito de comprender y explicar la naturaleza del pensamiento filosófico, los métodos lógicos en el desarrollo del pensamiento, valorando su importancia en la búsqueda del sentido de la naturaleza, del ser humano y la verdad asumiendo una conducta ética. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. La reflexión filosófica y sus antecedentes. El conocimiento y sus métodos. 2. El ser humano como problema

					<p>filosófico. 3. Los actos humanos, la conducta ética y el juicio moral. 4. Ética y la axiología.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es redacción de un ensayo de reflexión filosófica, con énfasis en el tema de valores éticos y según las pautas de la asignatura de expresión escrita.</p>
17	2019	III	101154	Entorno Microeconómico	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios generales, es teórico-práctica y tiene el propósito de analizar los comportamientos básicos de las familias, empresas y el gobierno (agentes económicos), comprende las elecciones que hace, las fuerzas del mercado: la demanda, la oferta, los precios, el punto de equilibrio, la producción y los costos del consumidor, y su relación en mercados específicos.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Concepto de economía. 2. La demanda. 3. La oferta. 4. Modelos económicos.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es que, analice y explique mediante un trabajo monográfico como establecer un modelo de oferta y demanda.</p>
18	2019	III	100387	Inglés III	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios específicos, es práctica y tiene el propósito de desarrollar cuatro habilidades que el idioma requiere que son: Listening, Reading, Writing, Speaking desarrollando así las competencias comunicativas a nivel básico del estudiante en el aprendizaje de un segundo idioma.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Alimentos, bebidas y uso de cuantificadores. 2. Descripción de recursos tecnológicos y comparaciones. 3. Tiempo futuro y predicciones. 4. Presente perfecto y descripción de lugares.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es la elaboración de presentación oral haciendo uso de las estructuras gramaticales y de vocabulario en estudio sobre el tema elegido considerando los criterios de la rúbrica de evaluación.</p>
19	2019	III	101155	Administración de Riesgos y Medio Ambiente	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios generales, es teórico – práctica y tiene el propósito de identificar los componentes que permitan al estudiante contar con instrumentos para desenvolverse en un escenario expuesto a variables exógenas para una organización en el mercado.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Análisis del contexto global y las dimensiones humanas en el cambio del medio ambiente. 2. El estudio de los riesgos, degradación y la salud ambiental; un enfoque de desarrollo sustentable. 3. Instrumentos para la gestión de riesgos y medio ambiente. 4. Sistema de gestión ambiental.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es monografía del proceso de un sistema de administración de riesgo y medio ambiente en una empresa.</p>
20	2019	III	101260	Marketing I	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de identificar los cambios permanentes en los mercados empresariales y en consecuencia el manejo de información relevante y actualizada que es crucial en la gestión de una empresa del sector, contribuyendo a una mejor elección de mercados, creación de mejores ofertas y al éxito de los planes de marketing.</p>

					<p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. El proceso de marketing y la Investigación de mercados en la toma de decisiones. 2. La demanda del mercado y métodos de estimación. 3. Proceso de investigación de mercados. 4. Procesamiento de datos e informe de resultados.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaborar un informe de investigación que permita plantear una estrategia de mercado teniendo en cuenta los elementos clave para la toma de decisiones.</p>
21	2019	III	101156	Innovación y Emprendedurismo	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios generales, es teórico – práctica y tiene el propósito de Analiza posibilidades de innovación y emprendurismo sus estrategias e implicancias, aplicando conocimientos de mercadeo, estadística, contabilidad.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Aplicación de técnicas de innovación y creatividad para facilitar la identificación de una idea de negocio innovadora. 2. Esquema de un plan de negocio y elaboración de la visión, misión y objetivos de la empresa. 3. Modelos de emprendimientos en el Perú. 4. INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es Monografía de la elaboración de un proyecto de negocio innovador en el sector de la microempresa.</p>
22	2019	III	101157	Liderazgo y Responsabilidad Social	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios generales, es teórico – práctica y tiene el propósito de Profundizar el modelo de gestión de responsabilidad social empresarial, fomentando el espíritu de liderazgo emprendedor bajo un enfoque comunicativo estratégico y desarrollo sostenible.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Marco conceptual y evolución del liderazgo en la responsabilidad social empresarial. 2. Fundamentación ética del concepto de liderazgo y responsabilidad social empresarial. 3. La responsabilidad social empresarial y la comunicación en el cambio social en el contexto actual. 4. Estrategias comunicativas para la promoción de gestión de responsabilidad social empresarial en el Perú; modelo de la gestión de la RES.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es sustentar un informe donde identifica el liderazgo en el modelo de gestión de RSE.</p>
23	2019	III	101261	Relaciones Interlaborales con Personas de Habilidades Diferenciadas	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios específicos, es teórico práctico y tiene el propósito es analizar y aplicar la legislación que afecta a las personas con habilidades diferentes.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Competencias para el desarrollo personal. 2. Formulación de metas a corto y largo plazo. 3. Valores humanos y actitudes positivas, competencias sociales en la organización. 4. Habilidades Sociales frente a conductas de riesgo.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es que, muestre mediante un informe su capacidad de adaptación a la vida universitaria promoviendo la participación de todos.</p>
24	2019	III	101159	Métodos Estadísticos	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de desarrollar habilidades en el manejo e</p>

					<p>interpretación apropiada de las diversas herramientas estadísticas.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Fundamentos de la estadística. 2. Estadística descriptiva. 3. Cálculos de probabilidades. 4. Distribuciones de variables aleatorias discretas y continuas.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es aplicar encuestas y crear una base de datos para obtener información de carácter descriptivo para una monografía.</p>
25	2019	IV	101262	Marketing II	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios específicos, es teórico – práctica y tiene el propósito desarrollar en el estudiante la capacidad de planificar, ejecutar y controlar las acciones del marketing mix que inciden directamente en la rentabilidad a corto y mediano plazo de la empresa.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Productos, servicios y marcas-creación de valor para el cliente, Desarrollo de nuevos productos y estrategias del ciclo de vida de los productos. 2.comprensión de la fijación de precios y obtención del valor del cliente, estrategias de fijación de precios, canal de marketing, venta al mayoreo y menudeo, comunicación del valor para el cliente. 3. Estrategia de comunicación de marketing integrada, publicidad y relaciones públicas, ventas personales y promoción de ventas, marketing directo y marketing en línea. 4. creación de una ventaja competitiva, el mercado global, marketing sustentable, aritmética del marketing.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es realizar un trabajo final de lanzamiento de un producto emprendedor nuevo.</p>
26	2019	IV	101160	Entorno Macroeconómico	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios específicos, es teórico – práctico y tiene el propósito del análisis e interpretación de los agregados económicos y el sector externo.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Introducción a la Macroeconomía, producto y renta nacional. 2. Oferta y la demanda agregada, consumo e inversión. 3. Desempleo, dinero, política fiscal y monetaria. 4. Balanza de pagos, mercado de divisas, crecimiento y política económica.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es Monografía del diagnóstico de la economía peruana utilizando el enfoque macroeconómico.</p>
27	2019	IV	101263	Pronóstico para la Toma de Decisiones	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios específicos, es teórico – práctico y tiene el propósito de utilizar eficientemente métodos y técnicas de la estadística inferencial y de pronóstico para la toma de decisiones y pruebas de hipótesis.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Muestreo y Distribuciones de Muestreo. 2. Estimación y Pruebas de Hipótesis. 3. Análisis de correlación y Regresión. 4. Números Índices.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es trabajo monográfico aplicativo de Prueba de Hipótesis paramétrica o no paramétrica, utilizando una encuesta.</p>
28	2019	IV	101264	Derecho Empresarial	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios específicos, es teórico – práctica y tiene el propósito de comprender los aspectos del régimen jurídico que</p>

					<p>regula el sector laboral de la actividad privada, con dominio de las leyes y reglamentos de las relaciones laborales individuales y colectivas, con vinculación directa con la actividad empresarial y las formas especiales de contratación laboral, que incluye el periodo de prueba, remuneraciones, suspensiones y extinción del contrato.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Instituciones del derecho laboral y el contrato de trabajo. 2. Contraprestación laboral. 3. Derecho Colectivo del Trabajo. 4. La negociación colectiva.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es determinar la importancia de la negociación colectiva.</p>
29	2019	IV	101165	Diseño Organizacional	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios específico, es teórico – práctica y tiene el propósito de desarrollar fundamentos y conceptos teóricos para la organización y diseño de estructuras de empresas, entidades no gubernamentales y gubernamentales.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Las organizaciones frente a la organización y métodos y el moderno enfoque de sistemas. 2. Fundamentos de la estructura y el diseño organizacional. 3. Análisis de manuales e instrumentos de gestión organizativos. 4. Los procedimientos y procesos de trabajo organizativos.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es monografía de una empresa, tipo de organización, estructura y diseño organizacional, herramientas de gestión.</p> <p>Detectando problemas organizacionales.</p>
30	2019	IV	101265	Comportamiento del Consumidor	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios específico, es teórico – práctica y tiene el propósito comprender los factores que influyen en las conductas comerciales de los diferentes actores.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Introducción al estudio del Comportamiento del consumidor. 2. Factores externos que influyen en el comportamiento del consumidor. 3. Factores internos que influyen en el comportamiento del consumidor. 4. Proceso de decisión de compra en individuos y organizaciones.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es mediante una monografía analice los diversos comportamientos de los consumidores por sectores socioeconómicos.</p>
31	2019	V	101166	Administración Financiera	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios específicos, es teórico - práctica y tiene el propósito de facilitar la comprensión y aplicación de los principales métodos, instrumentos y conceptos fundamentales de las finanzas aplicadas a la gestión empresarial.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Aspectos conceptuales de las finanzas-función financieras de la empresa. 2. Planeación financieras-evaluación financiera y administrativa de las empresas. 3. Método de endeudamiento de las empresas. 4. Instrumentos Financieros.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es que, mediante una monografía muestre que conoce los conceptos fundamentales de las finanzas.</p>
32	2019	V	101266	Gestión de Productos y Marcas	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de enseñar las técnicas y métodos de gestión</p>

					<p>de productos y/o servicios para productos existentes, diseñando e implementando estrategias de productos que garanticen la supervivencia y crecimiento a largo plazo de la empresa en el contexto nacional y global. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Conceptos de producto y servicios; importancia de la necesidad de la adaptación del producto y/o servicio a los diferentes mercados y culturas. 2. Diseñar estrategias de productos y/ servicios a los mercados. 3. Uso de los componentes del producto y/o servicio. 4. Administrar una cartera/portafolio de productos y/o servicios.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaborar un portafolio de un nuevo producto o servicio, basado en el análisis de la cartera producto – mercado.</p>
33	2019	V	101171	Sistema de Información Estratégica	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de conocer los procedimientos técnicos y metodológicos para la gestión de los sistemas de información.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Introducción al curso, fundamentos de sistemas de información gerencial y su entorno. 2. Sistemas de apoyo de información de la gestión. 3. Elaboración de sistemas de información en la organización. 4. Evaluación del planteamiento empresarial.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es diseño de un sistema de información gerencial de una empresa del sector empresarial.</p>
34	2019	V	101267	Gestión de Estrategias de Precios	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de desarrollar las técnicas que permitan fijar precios rentablemente y encuentren un equilibrio entre el deseo de los clientes de obtener un valor y la necesidad de la espera de cubrir costos y obtener beneficios.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Teoría económica en la formulación del precio. Objetivos y estrategias de precios. 2. Análisis de costos. 3. Aspectos estratégicos y tácticos de la fijación de precios. 4. Fijación de precios.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaborar un informe de precios en función del perfil del cliente.</p>
35	2019	V	104831	Creatividad	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito desarrollar una visión integral para comprender la pertinencia y utilidad del estudio del futuro en las sociedades contemporáneas y adoptar una actitud de prospectiva e innovación.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Creatividad Empresarial. 2. Innovación Empresarial. 3. Emprendimiento Empresarial. 4. Prospectiva Estratégica.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaborar un informe de investigación que permita plantear una estrategia de mercado teniendo en cuenta la creación de nuevas unidades de producción empresarial.</p>
36	2019	V	101268	Taller de Investigación de Mercado I	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito aplicar técnicas de investigación comercial,</p>

					<p>recopilar, procesar y utilizar información para la tomade decisiones.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Importancia, tipos y fases de la investigación de mercados. 2. Métodos de muestreo y diseño muestral. 3.Recopilación, tratamiento, análisis e interpretación delos datos. 4. Aplicación de la investigación y toma de decisiones.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es la presentación de un informe de investigación de mercado de un producto o servicio.</p>
37	2019	V	101289	Marketing Digital Interactivo (Electivo 1 CERTIFICACION PROGRESIVA CP5 1.1)	<p>La asignatura pertenece al área curricular de la especialidad, es teórico – práctico y tiene como propósito profundizar la explotación de las redes sociales, marketing móvil y el marketing viral, para usode campañas eficaces para una empresa.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades: 1. Introducción al marketing digital interactivo. 2.Las variables básicas, Creación y explotación de base datos. 3.Generación dela comunicación más eficaz de cada medio. 4. Construcción y creación de un web site de Éxito.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaboraciónde un plan de marketing digital interactivo.</p>
37	2019	V	101290	Servicio al Cliente - CRM Interactivo (Electivo 1 CERTIFICACION PROGRESIVA CP5 2.1)	<p>La asignatura pertenece al área curricular de la especialidad, es teórico – práctico y tiene como propósito gestionar efectivamente los recursos personales de la manera que refleje objetivamente la calidad del servicio al cliente.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades: 1. Paradigmas y definición CRM, Comunicación y Calidad en el Servicioal Cliente. 2.Manejo de quejas, negociación y Customer Journey. 3.Manejo de Clientes difíciles, Técnicas de Autocontrol y Manejo de stress. 4. Protocolos de Servicios --Atención al cliente y Servicio al cliente como visión.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaboración de herramienta integrador para el empoderamientodel servicio al cliente.</p>
38	2019	VI	101172	Administración de Costos y Presupuestos	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de conocer la estructura de los costos tales como: - Costos directos, costos indirectos, margen de utilidad, etc. - La determinación de los costos en los diferentes métodos de costeo. - Determinación del Punto de Equilibrio - Los Presupuestos de empresas delos diversos sectores.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Generalidades sobre los costos y la Cadena de Valor. 2.Componentes de los Costos, Bienes y Servicios. 3. Presupuestos financieros y no financieros que cuantifican los planes futuros de acción. 4. Presupuestos de inversiones y el controlpresupuestario.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaborar un presupuesto maestro de una empresa industrial.</p>
39	2019	VI	101269	Gestión Estratégica de Promoción	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudiosde especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de desarrollar las estrategias para</p>

					<p>promocionar el producto y crear demanda en los consumidores.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Estrategias para impulsar el producto, estrategias para atraer al consumidor. 2. Estrategia combinada, reforzamiento de la marca. 3. Desarrollar habilidades, destrezas que se deben utilizar en la promoción del producto. 4. El plan de promoción.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es sustentar un plan de promoción donde maximizan las ventas para atraer nuevos clientes, como posicionamiento de marca.</p>
40	2019	VI	101270	Inteligencia de Negocios	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de enseñar los elementos conceptuales, prácticos y de investigación propios de la nueva concepción de la inteligencia de negocios, desde los criterios generales de organización hasta su concepción, planeación, desarrollo y aplicación de las herramientas concebidas para su desarrollo, a través de las estructuras diseñadas, convirtiendo los datos en información, conocimiento e inteligencia, para soportar el proceso de toma de decisiones de la empresa.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Contexto de la inteligencia de negocios. 2. Marco de trabajo de inteligencia de negocios. 3. Herramientas para la inteligencia de negocios. 4. El proceso de inteligencia de negocios. Modelos multidimensionales y Dashboards.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es sustentar un proyecto de un DataMart para una empresa local.</p>
41	2019	VI	1012671	Taller de Investigación de Mercado II	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito enseñar a los alumnos el manejo de las técnicas cualitativas y cuantitativas para detectar las tendencias del mercado global, así como identificar las preferencias de los consumidores de culturas diversas, que sirvan a la gerencia de marketing para preparar las estrategias más efectivas de un mix comercial, incidiéndose en la exploración de nuevas oportunidades que brinden los mercados a las empresas modernas globalizadas.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Naturaleza y alcance de la investigación de mercados. 2. Definición del problema y el proceso de investigación. 3. Fuentes de datos e investigación cualitativa. 4. Las encuestas, la observación y la experimentación. Diseño del cuestionario, medición y el muestreo.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante preparar el reporte de investigación, donde se visualice el costo y utilidad de los cuestionarios, errores del plan de muestreo, el procesamiento y análisis de datos con uso de SPSS, organización e interpretación de los resultados o descubrimientos.</p>
42	2019	VI	101272	Gestión de la Cadena de Suministros	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de gestionar los flujos de materiales y de información de los diferentes eslabones de la cadena de aprovisionamiento de manera integral desde el proveedor más original hasta la satisfacción del consumidor final.</p>

					<p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Desarrollo de la logística y la gestión de cadena de suministros. 2. Planeamiento y Contratación de Bienes y Servicios. 3. Gestión de Inventarios y Almacenes. 4. Distribución Física y Transportación.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaborar un informe de los procesos de la cadena de suministros.</p>
43	2019	VI	101273	Gestión de Estrategias de Distribución	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito explicar la importancia de las estructuras, relaciones, procesos y operaciones entre los productores, intermediarios y consumidores finales para llegar a ellos de manera oportuna, adecuada y eficiente.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Los canales de distribución, importancia, estructura y organización. 2. Gestión de stocks. 3. Distribución y transporte. 4. Decisiones estratégicas de distribución y logística.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaboración de un informe de un sistema de distribución de una empresa exitosa.</p>
44	2019	VI	101291	Publicidad Digital (Electivo 2 CERTIFICACION PROGRESIVA CP6 1.2)	<p>La asignatura pertenece al área curricular de la especialidad, es teórico – practico y tiene como propósito es conocer a fondo las oportunidades del medio, pautas, contenido y formatos para la publicidad en el entorno digital, así como las métricas online que les permitirá mejores resultados.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades: 1. Las Métricas y el Análisis de resultados en campaña de publicidad digital. 2. Search Engine Marketing (SEM) Planificación y Medición de Campañas SEM y Creatividad Online. 3. Display Adverting Rich Media. 4. SMO (Social Media Optimización) y Mobile Marketing, Geolocalización e Internet TV.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaboración simulación de una publicidad digital.</p>
44	2019	VI	101292	Marketing Internacional (Electivo 2 CERTIFICACION PROGRESIVA CP6 2.2)	<p>La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional especializada, es teórico - práctica y tiene por finalidad lograr que el alumno reconozca y aplique las herramientas y técnicas necesarias para comprender lo que significa desarrollar un Plan de Marketing de Internacionalización de Bienes y/o Servicios.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades: 1. Principales conceptos de Mercados internacionales y la empresa. 2. Plan Estratégico de marketing internacional. 3. Estrategias de producto y de marca en los mercados internacionales. 4. Estrategia del marketing mix aplicado al ámbito Internacional.</p> <p>La tarea académica exige del estudiante la elaboración de una monografía sobre el perfil de mercado para un producto específico.</p>
45	2019	VII	101274	Planeamiento Estratégico de Marketing	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de desarrollar programas de acción que haga posible el logro del propósito de la empresa.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Introducción al curso, fundamentos de sistemas de información gerencial y su entorno. 2. Análisis de la</p>

					situación. 3. Decisiones estratégicas de marketing. 4. Definición de los planes de acción y control. La tarea académica exigida al estudiante es elaborar un plan estratégico de marketing de una empresa del sector empresarial.
46	2019	VII	101275	Presupuesto de Marketing	La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de comprender el sistema presupuestario y de control de una empresa. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Bases del presupuesto. 2. Metodología para la elaboración del presupuesto. 3. Presupuesto económico. 4. Presupuestos financieros. La tarea académica exigida al estudiante es elaboración de un presupuesto de los costos operacionales de marketing de una empresa.
47	2019	VII	101276	Marketing de Servicios	La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito comprender el marketing de servicios, los mercados, productos y clientes de servicio. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Introducción del marketing de servicios. 2. Calidad en los servicios. 3. Estrategias de implementación de servicios redituables. 4. Creación de los modelos de servicios. La tarea académica exigida al estudiante es elaborar un programa de marketing de servicios.
48	2019	VII	101180	Gestión Operativa	La asignatura pertenece al área curricular de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito desarrollar competencias relacionadas con el desarrollo de modelos matemáticos que analicen y simulen una realidad empresarial específica (producción, transporte, logística y finanzas); así como el desarrollo de proyectos a nivel esquemático (diagramas PERT – CPM). Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Teoría de decisiones. 2. Programación lineal. 3. Transporte y asignación. 4. Proyectos con PERT - CPM. La tarea académica exigida al estudiante es simular en un gráfico aplicando PERT o CPM un proceso productivo de una empresa industrial.
49	2019	VII	101277	Marketing Personal	La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica, y tiene por propósito complementar las potencialidades de su formación profesional básica, lograr comunicación integral y relacionarse adecuadamente, a través del desarrollo de un conjunto de normas de Etiqueta Social, Imagen Personal, Etiqueta y Protocolo que deben observarse en los diversos campos de la vida diaria. Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Comunicación eficaz, Imagen y Pautas de Comportamiento. 2. Habilidades sociales, Inteligencia emocional y Motivación. 3. Estrategias de Marketing Personal en la Gestión de la Carrera Profesional y laboral. 4. Etiqueta Social, Desarrollo personal y Protocolo. La tarea académica exigida al estudiante es simular en un gráfico aplicando PERT o CPM un proceso productivo en una empresa industrial.
50	2019	VII	101182	Gestión de Personas I	La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el

					<p>propósito de transferir los conocimientos y experiencias para un mejor aprendizaje profesional.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Evolución histórica, disciplinas de conocimientos relacionados a la gestión de los recursos humanos, planeamiento y organización del área de personal. 2. Los elementos del puesto de trabajo, Análisis, evaluación, clasificación y valoración de cargos. 3. Administración de las remuneraciones. 4. Requisición, reclutamiento y selección técnica y científica de personal en la empresa.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es realizar una monografía de la evolución de la gestión del área de Personal en las empresas peruanas.</p>
51	2019	VII	101293	Estrategias de Redes Sociales (Electivo 3 CERTIFICACION PROGRESIVA CP7 1.3)	<p>Asignatura electiva de cultura general de carácter teórico práctico, cuyo propósito busca Identificar y fortalecer la estrategia comunicacional e incidencia en el acceso de las redes sociales, estrategias para promocionar y difundir una marca, producto y servicio que permite acrecentar su alcance al mercado objetivo que nos interesa.</p> <p>Comprende las siguientes unidades 1.- Estrategias y tácticas en Facebook y Washap, 2.- Estrategias y tácticas en Twitter. 3.- Estrategias y tácticas en Instagram 4.- Estrategias y tácticas en LinkedIn.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es crear es estrategias de venta en Redes Sociales utilizando cualquiera de los ordenadores remotos.</p>
51	2019	VII	101294	Neuromarketing Aplicado a los Negocios (Electivo 3 CERTIFICACION PROGRESIVA CP7 2.3)	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es de naturaleza teórico - práctica y tiene el propósito de facilitar la comprensión de investigaciones sobre los procesos cerebrales y la mente de los consumidores frente a distintos estímulos empresariales.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Neurociencias y las organizaciones 2. Técnicas y tecnologías utilizadas en neuromarketing 3. Neurociencias y el consumidor 4. Neurociencias y estrategias de marketing.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es la elaboración y presentación de un trabajo monográfico sobre estrategias de neuromarketing y el consumidor.</p>
52	2019	VIII	101278	Gestión de Proyectos	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito dirigir y gestionar con éxito un proyecto.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Marco General del proceso de administración y gestión del proyecto. 2. Los procesos de dirección del proyecto y la gestión de la integración. 3. La gestión de proyectos y las áreas de conocimiento. 4. La gestión de los proyectos y su valoración.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaboración de un proyecto empresarial con otros países.</p>
53	2019	VIII	101183	Taller de Tesis I	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de desarrollar el marco doctrinario y metodológico para la formulación de un proyecto de</p>

					<p>Plan de Trabajo de investigación para optar el título profesional.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Conoce el marco teórico y estadístico de las investigaciones. 2. Formula el proceso metodológico general de la investigación. 3. Desarrolla el problema, los objetivos, la hipótesis y variables. 4. Presenta y expone el Trabajo de Investigación.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es formular y exponer el proyecto de Trabajo de Investigación.</p>
54	2019	VIII	101279	Plan de Marketing	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito explicar el documento (en formato texto o presentación) donde se recoge el análisis de la situación de la empresa, los objetivos que busca conseguir y los pasos a seguir para conseguirlos.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Marketing y planificación, el plan de marketing dentro del proceso de planificación global, presentación de las fases de la elaboración del plan de marketing, análisis y diagnóstico de la situación. 2. Fijación de los objetivos de marketing. 3. Elección de las Estrategias de Marketing. 4. Definición de los planes de acción, requisitos para que un plan de marketing triunfe.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaboración de un plan operativo de marketing.</p>
55	2019	VIII	101280	Gestión de Publicidad	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito conocer la variable publicidad y promoción, que conlleva a aspectos de motivación del consumidor y posicionamiento relacionado con la agencia de publicidad.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. La comunicación comercial. 2. Publicidad como herramienta de comunicación, sus objetivos, sus medios y su planificación. 3. Creación del mensaje publicitario, su presupuesto y control. 4. Las agencias de publicidad, su relación con el anunciante y su regulación.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaboración de un plan promocional publicitario.</p>
56	2019	VIII	101187	Gestión de Personas II	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de transferir los conocimientos y experiencias para un mejor aprendizaje profesional.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Contratación, inducción y evaluación de personal. 2. Capacitación, rotación y bienestar del personal. 3. Relaciones Humanas, Relaciones Industriales y Relaciones Laborales. 4. Sindicalismo, Sindicato, Políticas, Auditoria y, Supervisión y Control de personal.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es realizar monografía de los Contratos laborales en las empresas peruanas los beneficios de realizar auditorías de Personal. Elaboración de un informe de un sistema de distribución de una empresa exitosa.</p>
57	2019	VIII	104832	Marketing Social	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito brindar las técnicas de la mercadotecnia para difundir ideas que beneficien a la sociedad. Su objetivo es que las personas adopten ideas o comportamientos</p>

					positivos y/o eviten actitudes que se consideran perjudiciales. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Conceptos generales del marketing social. 2. Análisis del marketing social. 3. El desarrollo del Plan estratégico del marketing social. 4. La administración de los programas sociales. La tarea académica exigida al estudiante es elaboración de un plan operativo de marketing social de una entidad.
58	2019	IX	101281	Gestión del Comercio Internacional	La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito explicar los mecanismos existentes en el ámbito internacional en materia de negocios; las estrategias que pueden aplicar las empresas y las alternativas funcionales y operacionales para operar negocios en el extranjero. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Importancia de los negocios internacionales, la empresa multinacional y la inversión extranjera. 2. Integración económica; participación del Perú en esquemas de integración; Política comercial e Internacional. 3. Estrategia de negociación e INCOTERMS; medio de pago y distribución física internacional. 4. Gestión aduanera y Administración financiera internacional. La tarea académica exigida al estudiante es elaboración de un informe del aduanero en el Perú.
59	2019	IX	100283	Mercado de Capitales	La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito estudiar el funcionamiento del Mercado de Capitales, Nacional e Internacional, Desempeño del mercado y factores externos e internos, intermediación, mercado primario y secundario, comparar diversos tipos de análisis bursátiles en los mercados de capitales para comprender métodos y técnicas de medición de eficiencia de los mercados de capitales. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Sistemas y Mercados Financieros. 2. La Bolsa de Valores. 3. Activos Financieros. 4. Métodos de análisis Bursátil y Riesgo en la Inversión Bursátil. La tarea académica exigida al estudiante es elaboración de un porfolio de inversión de mercados de capitales primarios y secundarios.
60	2019	IX	101191	Taller de Tesis II	La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de desarrollar los conceptos doctrinarios y normativos de una investigación y el desarrolla de una tesis profesional. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. El marco teórico y normativo sobre las tesis profesionales. 2. La estructura y aspectos formales de una tesis. 3. Desarrolla los procesos metodológicos de la investigación y formulación de la tesis profesional. 4. Desarrolla y formula la tesis profesional. La tarea académica exigida al estudiante es exponer sus conocimientos y experiencia en el desarrollo de la tesis profesional.
61	2019	IX	101190	Deontología Empresarial	La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de desarrollar el marco teórico doctrinario de

					<p>los principios, valores y códigos de ética para un eficaz desarrollo profesional.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Conoce el marco teórico de los principios de la administración generalmente aceptados y su aplicación en el ejercicio profesional. 2. conoce el marco teórico de los valores, su importancia e impacto de su aplicación en el ejercicio profesional. 3. diagnostica los climas y culturas organizacionales. 4. Identifica y diferencia los diversos códigos de ética profesional y empresarial.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es Formula y expone un proyecto de código de ética profesional-empresarial.</p>
62	2019	IX	101282	Gestión de Ventas	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito explicar las técnicas y herramientas para el manejo de grupos de vendedores y la planeación de éstas, la asignación de territorios, la formulación de presupuestos de ventas y puntos relevantes en el quehacer de los gerentes de ventas.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Ventas. 2. Clientes y factor humano en ventas. 3. Marketing personal, conflicto, pronóstico y territorio de ventas. 4. Trabajo gerencial y fidelización.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaborar un informe de las técnicas y herramientas que utilizan los vendedores.</p>
63	2019	IX	101194	Practica Pre Profesional I	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de aplicar metodologías de diagnóstico, investigación y análisis para proponer soluciones eficaces a las empresas.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Formula un diagnóstico situacional y prospectivo de una organización empresarial. 2. Efectúa un análisis integral de la gestión empresarial. 3. Describe un marco teórico aproximativo a la realidad de la empresa que desarrolla sus prácticas. 4. Desarrolla las conclusiones, recomendaciones y el informe final.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es formular y exponer el informe de Practica Pre Profesional.</p>
64	2019	X	101283	Gestión Estratégica de Marketing	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito comprender el proceso de gestión integral de marketing desde una perspectiva de largo plazo para garantizar la permanencia en el mercado de las empresas, sus productos y marcas.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Direccionamiento estratégico. 2. Análisis estratégico, diagnóstico y pronósticos. 3. Formulación estratégica: macro y microsegmentación propuesta de valor y posicionamiento estratégico. 4. Objetivos y lineamientos de largo, mediano y corto plazo.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaborar un análisis comparativo de estrategias de marketing de dos productos exitosos.</p>
65	2019	X	101284	Marketing Internacional	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito que el estudiante haga uso de la adecuada gestión empresarial internacional, contribuyendo al</p>

					<p>logro de los objetivos de la empresa, así como la maximización de los beneficios.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Estrategias de Marketing Internacional. 2. Análisis de Competidores Nacionales e Internacionales. 3. Creación de Marca. Exportación. Alianzas Estratégicas. 4. Canales de Distribución Internacional.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaboración de un informe de las alianzas estratégicas más utilizadas por los empresarios peruanos.</p>
66	2019	X	101285	Neuromarketing	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito comprender los aportes de las investigaciones sobre los procesos cerebrales y el conocimiento de la mente del cliente como objetivo, en la elección de una marca compra de un producto o en la interpretación de los mensajes publicitarios.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Neurociencias y sus aplicaciones a la dirección de organizaciones. 2. Neurociencias aplicadas a la investigación del consumidor y a las decisiones estratégicas de segmentación y posicionamiento. 3. Neurociencias Aplicadas a las estrategias de productos, marcas y precios. 4. Neurociencias aplicadas a las estrategias de distribución y comunicaciones integradas.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es la elaboración progresiva de un trabajo monográfico sobre el neuromarketing y comportamiento del consumidor.</p>
67	2019	X	101286	Métricas de Gestión del Marketing	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito comprender las mediciones más importantes en las funciones y procesos de marketing empresarial relacionados con la auditoria de marketing que ayude a centrar nuestra atención en los resultados de las distintas decisiones que se tomen y permitan el ahorro de costos y la generación de mayor rentabilidad.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Métricas de mercado. 2. Métricas de cliente. 3. Métricas de valor de marca. 4. Métricas de promoción.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es la elaboración progresiva, presentación de un trabajo monográfico sobre las métricas desarrolla.</p>
68	2019	X	101287	Marketing Digital y Redes Sociales	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito comprender los aportes e importancia del uso de las redes sociales.</p> <p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Introducción al marketing digital y las redes sociales. 2. Publicidad en redes sociales y motores de búsqueda. 3. Técnicas Search Engine Optimization (SEO) y Search Engine Marketing (SEM). 4. Internet móvil, comercio electrónico, métricas y diseño web.</p> <p>La tarea académica exigida al estudiante es elaboración de un plan de marketing digital.</p>
69	2019	X	101200	Practica Pre Profesional II	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de desarrollar procesos de evaluación integral a las organizaciones para proponer acciones innovadoras y de desarrollo.</p>

					<p>Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Efectúa procesos de evaluación situacional y prospectiva empresarial. 2. Efectúa un análisis mediante la aplicación de indicadores integrales de gestión empresarial. 3. Desarrolla los aspectos teóricos y doctrinarios sobre la gestión eficaz empresarial. 4. Formula propuestas de mejoramiento, desarrollo y crecimiento organizacional y empresarial. La tarea académica exigida al estudiante es proponer proyectos de mejora y desarrollo empresarial.</p>
70	2019	X	101288	Endomarketing	<p>La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito desarrollar la capacidad de aplicar estrategias de marketing al cliente interno de la empresa para elevar su productividad y compromiso con la empresa. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. El endomarketing, líneas de pensamiento y conceptos de endomarketing, evolución histórica y actualidad del endomarketing. Modelos de gestión del endomarketing. Su relación con la gestión de recursos humanos y con el marketing interno. 2. Identificación de elementos del modelo de endomarketing, factores críticos de éxito y políticas de estabilidad del modelo. Identificación y definición de los elementos del modelo de endomarketing, los factores críticos de implementación. Identificación y definición de políticas de post implementación. 3. Ejecución del modelo. Factores claves de éxito y políticas de estabilidad del modelo de endomarketing. Planificación, involucramiento de la alta dirección. Alineamiento estratégico. Políticas que garanticen la estabilidad del modelo. Reorientación de la cultura organizacional, evaluación y retroalimentación. 4. Gestión estratégica, impacto en la rentabilidad, relación de mutuo beneficios, organización de eventos y branding interno. La tarea académica exigida al estudiante es elaboración un branding corporativo de una empresa o producto peruano.</p>