

Marketing

- Presencial
- Distancia

Plan de Estudio



1° Cuatrimestre

- Inglés Técnico
- Introducción a la Administración
- Introducción al Marketing
- Álgebra Aplicada
- Sistema de Información Contable I

2° Cuatrimestre

- Economía I
- Comportamiento Organizacional
- Informática Aplicada
- Cálculo Aplicado
- Sistema de Información Contable II

3° Cuatrimestre

- Economía II
- Administración
- Marketing
- Estadística Aplicada I
- Gestión de Recursos Humanos

4° Cuatrimestre

- Política Económica Argentina
- Sociología
- Ética Profesional y Responsabilidad Social de la Empresa
- Estadística Aplicada II
- Oferta comercial (producto y precio)
- Comunicación y Medios

5° Cuatrimestre

- Inteligencia Comercial I
- Teoría del Consumidor
- Dirección de Fuerza de Ventas
- Administración de la Producción
- Negociación
- Canales y Logística

6° Cuatrimestre

- Electiva I
- Planificación y Control de Gestión
- Inteligencia Comercial II
- Administración Financiera
- Investigación Cualitativa
- Comunicación de Marketing I (publicidad y promoción)

7° Cuatrimestre

- Estrategia de marketing
- Electiva II
- Marketing para ONG
- Marketing Digital
- Marketing de Servicios
- Administración de Proyectos
- Derecho y legislación

8° Cuatrimestre

- Política de Negocios
- Seminario de Introducción a los Negocios Internacionales
- Comunicación de Marketing II (marketing relacional y marketing directo)
- Seminario de Integración
- Metodología de la Investigación
- Marketing del punto de venta

Título

Título oficial con validez nacional.
Presencial: R.M. 308/2011 - Distancia: R.M. 29/11
Plan de estudio vigente de 2012.

Final

Licenciado en Marketing