



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
RECURSOS HUMANOS**

ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING

**CURRÍCULO DE LA CARRERA PROFESIONAL DE
MARKETING**

GRADO ACADÉMICO QUE OTORGA:

BACHILLER EN MARKETING

TÍTULO PROFESIONAL QUE OTORGA:

LICENCIADO EN MARKETING

(Versión Ejecutiva)

Fecha de actualización

01 de diciembre de 2015

I. OBJETIVOS ACADÉMICOS

En concordancia con la misión de la Escuela de Negocios, la Escuela Profesional de Marketing se ha propuesto formar y perfeccionar profesionales competitivos para la gestión de las organizaciones, con perspectiva nacional e internacional, con valores éticos, contribuyendo al desarrollo sostenible de nuestra sociedad, siendo los objetivos académicos los siguientes.

- Desarrollar capacidades comunicacionales dentro y fuera de las organizaciones con enfoque intercultural, inclusivo y multilingüe.
- Desarrollar habilidades para solucionar problemas en diversas áreas de las organizaciones.
- Proponer estrategias comerciales de las organizaciones, considerando un entorno competitivo y globalizado.
- Implantar estrategias de marketing de las organizaciones en un entorno competitivo y globalizado.
- Proponer planes y proyectos de marketing empresarial para desarrollo de mercados y propiciando la innovación y el emprendimiento.
- Tomar decisiones empresariales rentables en un entorno globalizado.

II. PERFIL DEL GRADUADO

El profesional de la carrera de Marketing desarrolla una visión gerencial y estratégica de la administración y coadyuva a la consolidación de las organizaciones en un contexto sistémico, con valores éticos y responsabilidad social.

La sólida formación académica le otorga una visión integral de las organizaciones, manejo del contexto y del entorno, con habilidades de investigación, análisis y pensamiento crítico e innovador que le permite proponer nuevos modelos de administración para la gestión de empresas y de sus recursos para tomar decisiones acertadas y rentables.

Es un profesional que posee capacidades para desempeñarse tanto en la empresa privada e instituciones públicas vinculadas a los negocios, para lo cual acredita las siguientes competencias profesionales:

Comunicación efectiva

- Expresa e interpreta ideas de manera efectiva, en forma oral e escrita en lengua castellana, aplicando ayudas audiovisuales y con uso adecuado de las normas académicas de nivel universitario.

Solución de problemas

- Plantea problemas y soluciones de la gestión empresarial con visión sistémica, haciendo uso de conocimientos del campo de su formación.

Diseño de estrategias

- Diseña estrategias de gestión de marketing, tomando en cuenta los objetivos de la organización y con enfoque sistémico.

Gestión de estrategias

- Gestiona estrategias de marketing, utilizando indicadores de gestión.

Gestión de proyectos

- Formula y gestiona planes y proyectos de marketing, considerando su sostenibilidad

Toma de decisiones

- Toma decisiones referidas a procesos organizacionales, discriminando alternativas de solución, con enfoque intercultural y responsabilidad social.

III. PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER CICLO

Nº	ASIGNATURAS	CR.	Nº DE HORAS ACADÉMICAS					REQUISITOS
			HT	HP	THT	THP	THA	
1	TALLER DE EXPRESIÓN ORAL	4	3	2	48	32	80	---
2	MATEMÁTICA I	4	3	2	48	32	80	---
3	MÉTODOS DE ESTUDIO	3	2	2	32	32	64	---
4	REALIDAD NACIONAL	4	3	2	48	32	80	---
5	FILOSOFÍA Y ÉTICA	3	2	2	32	32	64	---
6	TALLER DE INDUCCIÓN A LA PROFESIÓN	2	1	2	16	32	48	---
7	INGLES I	1	0	2	0	32	32	---
8	ACTIVIDADES I	1	0	2	0	32	32	---
	TOTAL	22	14	16	224	256	480	

SEGUNDO CICLO

Nº	ASIGNATURAS	CR.	Nº DE HORAS ACADÉMICAS					REQUISITOS
			HT	HP	THT	THP	THA	
9	TALLER DE EXPRESIÓN ESCRITA	3	2	2	32	32	64	1
10	MATEMÁTICA II	4	3	2	48	32	80	2
11	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	4	3	2	48	32	80	3
12	EMPRENDIMIENTO	2	1	2	16	32	48	4
13	INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN	4	3	2	48	32	80	6
14	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	4	3	2	48	32	80	5
15	INGLES II	1	0	2	0	32	32	7
16	ACTIVIDADES II	1	0	2	0	32	32	8
	TOTAL	23	15	16	240	256	496	

TERCER CICLO

Nº	ASIGNATURAS	CR.	Nº DE HORAS ACADÉMICAS					REQUISITOS
			HT	HP	THT	THP	THA	
17	MATEMÁTICA FINANCIERA	4	3	2	48	32	80	10
18	PROCESO DE LA GESTIÓN	4	3	2	48	32	80	13
19	GESTIÓN DE PERSONAS	3	2	2	32	32	64	12 - 16
20	CONTABILIDAD EMPRESARIAL	4	3	2	48	32	80	11
21	MICROECONOMÍA	4	3	2	48	32	80	14
22	INTRODUCCIÓN AL DERECHO	2	1	2	16	32	48	9
23	INGLES III	1	0	2	0	32	32	15
	TOTAL	22	15	14	240	224	464	

CUARTO CICLO

N°	ASIGNATURAS	CR.	N° DE HORAS ACADÉMICAS					REQUISITOS
			HT	HP	THT	THP	THA	
24	MARKETING	3	2	2	32	32	64	21
25	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	4	3	2	48	32	80	18 - 19
26	ESTADÍSTICA APLICADA A LA GESTIÓN EMPRESARIAL	4	3	2	48	32	80	17 - 21
27	COSTOS	3	2	2	32	32	64	20 - 22
28	ADMINISTRACIÓN LOGÍSTICA	4	3	2	48	32	80	17 - 18
29	MACROECONOMÍA	4	3	2	48	32	80	17 - 21
30	INGLES IV	1	0	2	0	32	32	23
TOTAL		23	16	14	256	224	480	

QUINTO CICLO

N°	ASIGNATURAS	CR.	N° DE HORAS ACADÉMICAS					REQUISITOS
			HT	HP	THT	THP	THA	
31	ESTRATEGIAS DE PRODUCTO	4	3	2	48	32	80	24
32	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	4	3	2	48	32	80	24 - 26
33	FINANZAS PARA MARKETING	3	2	2	32	32	64	24 - 26 - 27
34	ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES	3	2	2	32	32	64	28
35	ECONOMÍA INTERNACIONAL	3	2	2	32	32	64	29
36	LEGISLACIÓN COMERCIAL Y PUBLICITARIA	2	1	2	16	32	48	22 - 29
	ELECTIVA (CERTIFICACIÓN PROGRESIVA)	2	1	2	16	32	48	
TOTAL		21	14	14	224	224	448	

ASIGNATURAS ELECTIVAS PARA CERTIFICACIÓN PROGRESIVA

N°	CERTIFICACIÓN	ASIGNATURAS	CR.	N° DE HORAS			REQUISITO
				HT	HP	TH	
CP1.1	ASISTENTE DE MARKETING	ANÁLISIS DE MERCADO	2	1	2	3	24 - 26
CP2.1	ASISTENTE DE VENTAS	PRONÓSTICO DE VENTAS	2	1	2	3	24 - 26

SEXTO CICLO

N°	ASIGNATURAS	CR.	N° DE HORAS ACADÉMICAS					REQUISITOS
			HT	HP	THT	THP	THA	
37	ESTRATEGIAS DE PRECIO	4	3	2	48	32	80	31 - 33
38	MARKETING ESTRATÉGICO	3	2	2	32	32	64	31 - 32
39	INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN	2	1	2	16	32	48	32
40	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	3	2	2	32	32	64	24 - 35
41	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	4	3	2	48	32	80	33 - 34
42	GESTIÓN AMBIENTAL	2	1	2	16	32	48	34 - 36
	ELECTIVA (CERTIFICACIÓN PROGRESIVA)	2	1	2	16	32	48	
TOTAL		20	13	14	208	224	432	

ASIGNATURAS ELECTIVAS PARA CERTIFICACIÓN PROGRESIVA

N°	CERTIFICACIÓN	ASIGNATURAS	CR.	N° DE HORAS			REQUISITO
				HT	HP	TH	
CP1.2	ASISTENTE DE MARKETING	INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN DE MARKETING	2	1	2	3	CP1.1
CP2.2	ASISTENTE DE VENTAS	CONTROL DE LA GESTIÓN DE VENTAS	2	1	2	3	CP2.1

SÉPTIMO CICLO

N°	ASIGNATURAS	CR.	N° DE HORAS ACADÉMICAS					REQUISITOS
			HT	HP	THT	THP	THA	
43	ESTRATEGIAS DE MARKETING	4	3	2	48	32	80	37
44	ADMINISTRACIÓN DE VENTAS	3	2	2	32	32	64	34 - 38
45	MARKETING DE SERVICIOS	3	2	2	32	32	64	39 - 40
46	NEUROMARKETING	2	1	2	16	32	48	40
47	DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA	4	3	2	48	32	80	34
48	BIONEGOCIOS	2	1	2	16	32	48	41 - 42
	ELECTIVA (CERTIFICACIÓN PROGRESIVA)	2	1	2	16	32	48	
	TOTAL	20	13	14	208	224	432	

ASIGNATURAS ELECTIVAS PARA CERTIFICACIÓN PROGRESIVA

N°	CERTIFICACIÓN	ASIGNATURAS	CR.	N° DE HORAS			REQUISITOS
				HT	HP	TH	
CP1.3	ASISTENTE DE MARKETING	CONTROL DE LA GESTIÓN DE MARKETING	2	1	2	3	CP1.2
CP2.3	ASISTENTE DE VENTAS	TÉCNICAS DE VENTAS	2	1	2	3	CP2.2

OCTAVO CICLO

N°	ASIGNATURAS	CR.	N° DE HORAS ACADÉMICAS					REQUISITOS
			HT	HP	THT	THP	THA	
49	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIONES INTEGRADAS	3	2	2	32	32	64	43
50	PLAN DE MARKETING	4	3	2	48	32	80	43 - 44
51	E-MARKETING	2	1	2	16	32	48	45
52	GESTIÓN COMERCIAL	3	2	2	32	32	64	41 - 46 - 47
53	TRADE MARKETING Y MERCHANDISING	2	1	2	16	32	48	40 - 47
54	MARKETING ECOLÓGICO	2	1	2	16	32	48	48
	ELECTIVA (Ver asignaturas electivas)	2	1	2	16	32	48	
	TOTAL	18	11	14	176	224	400	

ASIGNATURAS ELECTIVAS

N°	ASIGNATURAS	CR.	N° DE HORAS			REQUISITOS
			HT	HP	TH	
E8.1	MARKETING CORPORATIVO	2	1	2	3	43
E8.2	MARKETING PARA PYMES	2	1	2	3	45

NOVENO CICLO

N°	ASIGNATURAS	CR.	N° DE HORAS ACADÉMICAS					REQUISITOS
			HT	HP	THT	THP	THA	
55	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	3	2	2	32	32	64	50
56	NEGOCIACION EMPRESARIAL INTERCULTURAL	3	2	2	32	32	64	50 - 52
57	INVESTIGACIÓN EMPRESARIAL APLICADA I	3	2	2	32	32	64	50 - 51
58	SEMINARIO I: DESARROLLO NACIONAL Y EMPRESA	3	2	2	32	32	64	52
59	PROJECT MANAGEMENT	3	2	2	32	32	64	41 - 52
60	JUEGO DE NEGOCIOS I	3	2	2	32	32	64	49
	ELECTIVA (Ver asignaturas electivas)	2	1	2	16	32	48	---
	TOTAL	20	13	14	208	224	432	

ASIGNATURAS ELECTIVAS

N°	ASIGNATURAS	CR.	N° DE HORAS			REQUISITOS
			HT	HP	TH	
E9.1	ACUERDOS INTERNACIONALES –VISIÓN GENERAL	2	1	2	3	41
E9.2	CONTRATACIÓN LABORAL	2	1	2	3	36
E9.3	CREACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS	2	1	2	3	41
E9.4	DESARROLLO Y LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS	2	1	2	3	24
E9.5	E- BUSINESS	2	1	2	3	E8.1
E9.6	ESTRATEGIAS DE MARKETING –VISIÓN GENERAL	2	1	2	3	37
E9.7	EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	2	1	2	3	47
E9.8	GESTIÓN DE EMPRESAS FAMILIARES	2	1	2	3	40
E9.9	NEGOCIOS INCLUSIVOS	2	1	2	3	33
E9.10	MARKETING EN LAS REDES SOCIALES	2	1	2	3	45
E9.11	NUEVOS MODELOS DE NEGOCIOS	2	1	2	3	31
E9.12	PLANEAMIENTO Y DESARROLLO DE PERSONAL	2	1	2	3	38
E9.13	RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS	2	1	2	3	39
E9.14	SELECCIÓN DE PERSONAL – VISIÓN GENERAL	2	1	2	3	40

DÉCIMO CICLO

N°	ASIGNATURAS	CR.	N° DE HORAS ACADÉMICAS					REQUISITOS
			HT	HP	THT	THP	THA	
61	RESPONSABILIDAD SOCIAL	3	2	2	32	32	64	48 - 55
62	ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL	3	2	2	32	32	64	55 - 56
63	INVESTIGACIÓN EMPRESARIAL APLICADA II	3	2	2	32	32	64	57
64	SEMINARIO II: PROYECCIÓN INTERNACIONAL DEL PERÚ	3	2	2	32	32	64	58
65	AUDITORÍA	3	2	2	32	32	64	59
66	TALLER DE HABILIDADES GERENCIALES	3	2	2	32	32	64	56
67	JUEGO DE NEGOCIOS II	2	1	2	16	32	48	60
	TOTAL	20	13	14	208	224	432	

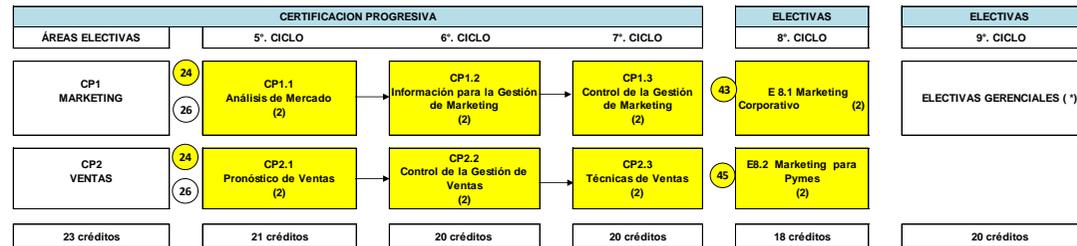
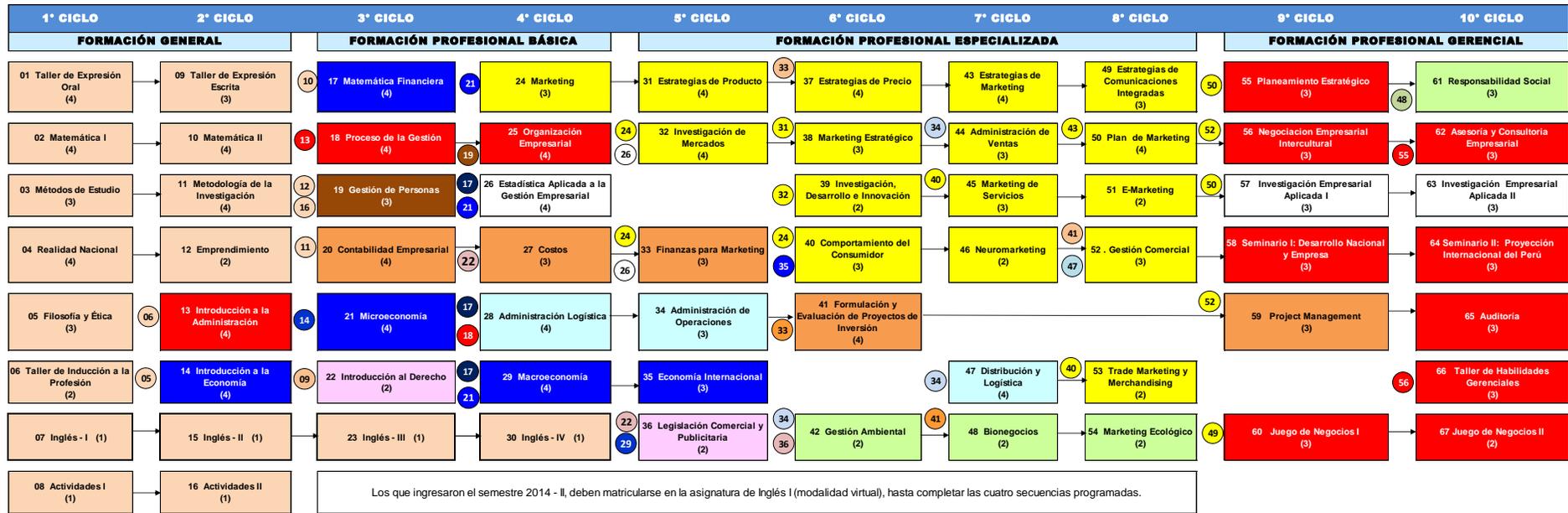
RESUMEN

ASIGNATURAS		CRÉDITOS	
OBLIGATORIAS	ELECTIVAS	OBLIGATORIOS	ELECTIVOS
67	5	199	10
TOTAL:	72	209	

TOTAL HORAS CARRERA

TOTAL HT	TOTAL HP	TOTAL DE HORAS ACADÉMICAS
2192	2304	4496

IV. MALLA CURRICULAR



22 créditos

23 créditos

22 créditos

23 créditos

21 créditos

20 créditos

20 créditos

18 créditos

20 créditos

20 créditos

COLOR ICONO	ÁREA ACADÉMICA
A	ESTUDIOS GENERALES
B	ADMINISTRACIÓN
C	CONTABILIDAD Y FINANZAS
D	ECONOMÍA
E	HUMANIDADES ENTORNO LEGAL
F	INVESTIGACIÓN
G	MARKETING
H	COMERCIO INTERNACIONAL
I	PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA
J	RECURSOS HUMANOS
K	GREEN BUSINESS

(*) ELECTIVAS GERENCIALES - 9° CICLO -

E.9.1. Acuerdos Internacionales – Visión General
E.9.2. Contratación Laboral
E.9.3. Creación y Constitución de Empresas
E.9.4. Desarrollo y Lanzamiento de Nuevos Productos
E.9.5. E- Business
E.9.6. Estrategias de Marketing – Visión General
E.9.7. Exportación e Importación de Productos y Servicios
E.9.8. Gestión de Empresas Familiares
E.9.9. Negocios Inclusivos
E.9.10. Marketing en las Redes Sociales
E.9.11. Nuevos Modelos de Negocios
E.9.12. Planeamiento y Desarrollo de Personal
E.9.13. Resolución de Conflictos
E.9.14. Selección de Personal – Visión General

Correspondiente al currículo aprobado por Resolución Rectoral N° 468 - 2013 - CU-R - USMP de 5 de abril 2013. Modificado por Resolución Rectoral N° 1452 - 2014 - CU-R- USMP de 27 de noviembre de 2014 y Resolución Rectoral N° 1540 - 2014 - CU-R - USMP de 16 de diciembre 2014. Actualizado por Resolución Rectoral No.1377 -2015 –CU –R –USMP de 14 de diciembre de 2015.

Total : 209 créditos