

PLAN DE ESTUDIOS

La Maestría en Administración mención MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES de la Universidad Nacional del Centro del Perú, proporcionará una completa formación para dominar el uso de técnicas y herramientas financieras que permitan al participante dirigir y gestionar las decisiones financieras de las corporaciones.

El programa está dirigido a profesionales de alto nivel que dirigen grandes organizaciones de los sectores público y privado, con capacidad para tomar decisiones de forma analítica y práctica, modelos innovadores a la realidad de sus organizaciones proponiendo la mejora continua.

2.1. RÉGIMEN DE ESTUDIOS

El régimen de estudios en la Maestría en Administración mención MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES es de cuatro CICLOS de 16 semanas cada CICLO, de currículo flexible y valorado en créditos. No se dictarán asignaturas paralelas ni dirigidas.

2.2. ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS

PLAN DE ESTUDIOS POR SEMANA

CÓDIGO	CURSO	CARGA HORARIA			Créditos	Pre-Requisito
		T	P	TH		
PRIMER CICLO						
11M16	Teorías Contemporáneas de la Administración	2	2	4	3	NO
12M16	Prospectiva Económica y Empresarial	2	2	4	3	NO
13M16	Contabilidad para la Toma de Decisiones	2	2	4	3	NO
14M16	Comportamiento Organizacional	2	2	4	3	NO
SEGUNDO CICLO						
21M16	Planeamiento Estratégico	2	2	4	3	11M16

22M16	Gerencia de Marketing	2	2	4	3	12M16
23M16	Finanzas corporativas	2	2	4	3	13M16
24M16	Epistemología y Metodología de la Investigación	2	2	4	3	NO
TERCER CICLO						
31M16	Tesis I	2	2	4	3	24M16
32M16	Gerencia de Ventas	2	2	4	3	22M16
33M16	Market Research	2	2	4	3	22M16
34M16	Optativo I	2	2	4	3	NO
CUARTO CICLO						
41M16	Tesis II	2	2	4	3	31M16
42M16	Comercio Internacional	2	2	4	3	32M16
43M16	Trade Market	2	2	4	3	33M16
44M16	Optativo II	2	2	4	3	NO
TOTAL CRÉDITOS - PROGRAMA MAESTRÍA					48	

*La carga horaria está estructurada de forma semanal, la cual se desarrolla de manera modular (2 módulos en cada CICLO), los mismos que tienen una duración de 8 semanas cada una, asignándole a cada asignatura 8 horas semanales.

	CICLO	ASIGNATURAS
Optativo I	III	RETAIL MARKETING GESTIÓN DE LA CALIDAD
Optativo I	IV	PROSPECTIVA ESTRATÉGICA DE NEGOCIO NEURO MARKETING

PLAN DE ESTUDIOS POR MÓDULO

CÓDIGO	CURSO	Horas	Créditos	Pre-Requisito
PRIMER CICLO				
11M16	Teorías Contemporáneas de la Administración	64	3	NO
12M16	Prospectiva Económica y Empresarial	64	3	NO
13M16	Contabilidad para la Toma de Decisiones	64	3	NO
14M16	Comportamiento Organizacional	64	3	NO
SEGUNDO CICLO				
21M16	Planeamiento Estratégico	64	3	11M16

22M16	Gerencia de Marketing	64	3	12M16
23M16	Finanzas corporativas	64	3	13M16
24M16	Epistemología y Metodología de la Investigación	64	3	NO
TERCER CICLO				
31M16	Tesis I	64	3	24M16
32M16	Gerencia de Ventas	64	3	22M16
33M16	Market Research	64	3	22M16
34M16	Optativo I	64	3	NO
CUARTO CICLO				
41M16	Tesis II	64	3	31M16
42M16	Comercio Internacional	64	3	32M16
43M16	Trade Market	64	3	33M16
44M16	Optativo II	64	3	NO
TOTAL		1024	48	

3. MALLA CURRICULAR



