



Universidad Nacional  
**Federico Villarreal**

**EUPG** | ESCUELA  
UNIVERSITARIA  
DE POSGRADO

## **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

### **PLAN DE ESTUDIO DE LA MAESTRÍA EN MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**MODALIDAD: PRESENCIAL**

Fecha de actualización:

Octubre del 2018

## **I. OBJETIVOS ACADÉMICOS**

La propuesta formativa de la Maestría en Marketing y Negocios Internacionales, ha establecido los siguientes objetivos académicos:

- ◆ Desarrollar trabajos de investigación personal y en equipo, a fin de contribuir a la investigación y análisis crítico para la solución de problemas empresariales y de situaciones de crisis en las organizaciones públicas y privadas.
- ◆ Desarrollar habilidades que permitan generar servicios útiles a la sociedad y al medio ambiente, sobre diversos aspectos de la administración en las organizaciones públicas y privada
- ◆ Generar un espacio de reflexión y debate respecto a temas relacionados con la especialidad, vinculados a las nuevas tendencias nacionales e internacionales sobre la Administración Moderna.
- ◆ Desarrollar una visión global e integradora de los elementos de la empresa, tales como: organización, contabilidad, finanzas, marketing y otros aspectos necesarios y paralelos a una gestión de éxito.
- ◆ Fortalecer la toma de decisiones adecuadas, así como gestionar el cambio tecnológico, usar herramientas de Información para la gestión empresarial y la innovación como arma competitiva

## **II. PERFIL DEL INGRESANTE Y DEL GRADUADO**

### **2.1 Perfil del Ingresante**

El ingresante a esta maestría tiene el siguiente perfil:

#### **Dimensión cognoscitiva**

- Describe adecuadamente los conocimientos propios de la administración, particularmente de la planificación, la organización y la dirección.

- Analiza y evalúa su experiencia en el campo de la administración, de la casuística que se presenta en las organizaciones públicas y privadas.
- Conoce en un nivel básico un idioma internacional que le permite leer fuentes académicas.

### **Dimensión procedimental**

- Maneja en un nivel intermedio herramientas informáticas para el trabajo académico.
- Demuestra tener un dominio de redacción académica en castellano.
- Expresa sus ideas con claridad y asertividad.

### **Dimensión actitudinal**

- Interioriza en su desarrollo personal y profesional la ética y los valores
- Comparte la disposición al cambio y la innovación en el campo de la administración en el nivel estratégico, así como por la mejora continua.
- Siente interés por la investigación de temáticas vinculadas a la Maestría, con capacidad de análisis en la búsqueda de solución a problemas de las organizaciones.

## **2.2 Perfil del Graduado**

### **Competencias genéricas**

- Posee una visión estratégica holística que le permite realizar una gestión administrativa y empresarial en forma óptima.
- Organiza e implementa modelos de organizaciones innovadoras y sustentables en las organizaciones públicas o privadas

- Genera soluciones empresariales flexibles a los entornos multinacionales y multiculturales aplicando las estrategias más adecuadas a la coyuntura organizacional.
- Aplica habilidades de liderazgo y trabajo en equipo, para alcanzar los objetivos organizacionales.
- Desarrolla proyectos de investigación para dar solución a los problemas de gestión o de crisis de las organizaciones públicas y privadas.
- Aplica métodos de investigación científica aprovechando las ventajas de la tecnología, para su desarrollo profesional y académico.
- Sistematiza información relevante para los proyectos de investigación en su área, haciendo uso de las tecnologías de la información.

### **Competencias específicas**

- Identifica y aplica las técnicas para realizar el análisis y diagnóstico organizacional.
- Aplica las herramientas para formular e implementar las diversas estrategias empresariales.
- Identifica los patrones de gestión y control presupuestal de acuerdo a la normatividad vigente.
- Desarrolla el planeamiento y control financiero de acuerdo a las normas.
- Analiza e interpreta los hechos económicos de nivel gerencial que influyen en la organización.
- Identifica los lineamientos para la elaboración y gestión de proyectos según la metodología establecida.
- Aplica las herramientas para elaborar estudios de mercado para determinar la oferta y la demanda.

- Interpreta la información estadística, económica y financiera en provecho de la toma de decisiones.
- Ejecuta el proceso de toma de decisiones siguiendo los procedimientos y la metodología adecuada.

### III. CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE ASIGNATURAS

#### PRIMER SEMESTRE

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIOS	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	NÚMERO ASIGNATURA REQUISITO
1		Marketing	Obligatorio	Específico	2	2	3	32	32	64	--
2		Epistemología y Metodología de la Investigación	Obligatorio	Específico	2	2	3	32	32	64	--
3		Negocios Internacionales	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	--
4		Microeconomía	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	--
<b>TOTAL</b>					<b>8</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>128</b>	<b>128</b>	<b>256</b>	

#### SEGUNDO SEMESTRE

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIOS	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	NÚMERO ASIGNATURA REQUISITO
5		Marketing Estratégico	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	1
6		Legislación de Negocios Internacionales	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	4
7		Publicidad y Merchandising	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	3
8		Gerencia de Marketing	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	1
<b>TOTAL</b>					<b>8</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>128</b>	<b>128</b>	<b>256</b>	

#### TERCER SEMESTRE

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIOS	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	NÚMERO ASIGNATURA REQUISITO
9		Análisis del Comportamiento del Consumidor	Obligatorio	Específico	2	2	3	32	32	64	8
10		Investigación de Mercado	Obligatorio	Específico	2	2	3	32	32	64	5
11		Nuevas Tecnologías de la Información	Obligatorio	Específico	2	2	3	32	32	64	6
12		Investigación I	Obligatorio	Específico	2	2	3	32	32	64	2
<b>TOTAL</b>					<b>8</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>128</b>	<b>128</b>	<b>256</b>	

**CUARTO SEMESTRE**

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIOS	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	NÚMERO ASIGNATURA REQUISITO
13		Logística Global	Obligatorio	Específico	2	2	3	32	32	64	11
14		Marketing Global	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	10
15		Plan de Marketing	Obligatorio	De Especialidad	2	2	3	32	32	64	9
16		Investigación II	Obligatorio	Específico	2	2	3	32	32	64	12
<b>TOTAL</b>					<b>8</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>128</b>	<b>128</b>	<b>256</b>	

**RESUMEN**

ASIGNATURAS		CRÉDITOS	
OBLIGATORIAS	ELECTIVAS	OBLIGATORIOS	ELECTIVOS
16	0	48	0
TOTAL ASIGNATURAS		TOTAL CRÉDITOS	
<b>16</b>		<b>48</b>	

**TOTAL DE HORAS MAESTRIA EN MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TOTAL HT	TOTAL HP	TOTAL HORAS ACADÉMICAS
<b>512</b>	<b>512</b>	<b>1024</b>

**IV. DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA, GRADO Y MODALIDAD**

Programa : **Maestría en Marketing y Negocios Internacionales**

Grado : **Maestro en Marketing y Negocios Internacionales**

Modalidad : **Presencial**

## V. MALLA CURRICULAR



Universidad Nacional  
Federico Villarreal

### ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

#### ÁREA DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

#### MALLA CURRICULAR DEL PROGRAMA DE MAESTRIA EN MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRIMER SEMESTRE		SEGUNDO SEMESTRE		TERCER SEMESTRE		CUARTO SEMESTRE	
01	MARKETING	REQ. 1	5	REQ. 8	9	REQ. 11	13
CRÉDITOS:	3	CRÉDITOS:	3	CRÉDITOS:	3	CRÉDITOS:	3
02	EPISTEMOLOGÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	REQ. 4	6	REQ. 5	10	REQ. 10	14
CRÉDITOS:	3	CRÉDITOS:	3	CRÉDITOS:	3	CRÉDITOS:	3
03	NEGOCIOS INTERNACIONALES	REQ. 3	7	REQ. 6	11	REQ. 9	15
CRÉDITOS:	3	CRÉDITOS:	3	CRÉDITOS:	3	CRÉDITOS:	3
04	MICROECONOMÍA	REQ. 1	8	REQ. 2	12	REQ. 12	16
CRÉDITOS:	3	CRÉDITOS:	3	CRÉDITOS:	3	CRÉDITOS:	3
PRIMER SEMESTRE		SEGUNDO SEMESTRE		TERCER SEMESTRE		CUARTO SEMESTRE	
TOTAL CRÉDITOS	12	TOTAL CRÉDITOS	12	TOTAL CRÉDITOS	12	TOTAL CRÉDITOS	12

COLOR ÍCONO	ÁREA CURRICULAR
A	DE ESPECIALIDAD
B	ESPECÍFICO

CUADRO CONSOLIDADO	
TOTAL DE ASIGNATURAS	TOTAL DE CRÉDITOS
16	48

## VI. TABLA DE EQUIVALENCIAS

PLAN DE ESTUDIOS AÑO 2019				PLAN DE ESTUDIOS AÑO 2016			
SEMESTRE	CODIGO	ASIGNATURAS	CRÉDITOS	SEMESTRE	CODIGOS	ASIGNATURAS	CRÉDITOS
1		Marketing	3	1	PG0414	Marketing	3
1		Epistemología y Metodología de la Investigación	3	1	PG0235	Epistemología y Metodología de la Investigación	3
1		Negocios Internacionales	3	1	PG0441	Negocios Internacionales	3
1		Microeconomía	3	1	PG0433	Microeconomía	3
2		Marketing Estratégico	3	2	PG0417	Marketing Estratégico	3
2		Legislación de Negocios Internacionales	3	2	PG0399	Legislación de Negocios Internacionales	3
2		Publicidad y Merchandising	3	2	PG0496	Publicidad y Merchandising	3
2		Gerencia de Marketing	3	2	PG0301	Gerencia de Marketing	3
3		Análisis del Comportamiento del Consumidor	3	3	PG0068	Análisis del Comportamiento del Consumidor	3
3		Investigación de Mercado	3	3	PG0382	Investigación de Mercado	3
3		Nuevas Tecnologías de la Información	3	3	PG0448	Nuevas Tecnologías de la Información	3
3		Investigación I	3	3	PG0384	Investigación I	3
4		Logística Global	3	4	PG0407	Logística Global	3
4		Marketing Global	3	4	PG0418	Marketing Global	3
4		Plan de Marketing	3	4	PG0458	Plan de Marketing	3
4		Investigación II	3	4	PG0385	Investigación II	3