

## Plan de Estudio

## Tecnología en Mercadeo

Nivel I	Nivel II	Nivel III	Nivel IV	Nivel V	Nivel VI
PRÁCTICA DE FUNDAMENTOS DE MERCADEO	PRÁCTICA DE CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR	PRÁCTICA DE ADMINISTRACIÓN DE VENTAS	PRÁCTICA E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	PRÁCTICA GESTIÓN DE MERCADEO	PRÁCTICA GESTIÓN DE PROYECTOS
PRINCIPIOS DE MERCADEO	TÉCNICAS DE VENTAS	COSTOS Y FIJACIÓN DE PRECIOS	INVESTIGACIÓN I	GESTIÓN LOGÍSTICA	NEGOCIACIÓN
CREATIVIDAD EMPRESARIAL	PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR	ADMINISTRACIÓN DE VENTAS	CANALES DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA	INVESTIGACIÓN II	SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADEO
MATEMÁTICAS	ESTADÍSTICA	ECONOMÍA DE EMPRESAS	ENTORNO ECONÓMICO	COMUNICACIÓN DE MERCADEO	MERCADEO INTERNACIONAL
ADMINISTRACIÓN GENERAL	MATEMÁTICAS FINANCIERAS	HUMANIDADES	EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL	PRESUPUESTOS	MERCADEO DE SERVICIOS
COMPETENCIAS COMUNICATIVAS	CONTABILIDAD	INGLÉS I	INGLÉS II	INGLÉS III	INGLÉS IV
				ELECTIVA I	TRABAJO DE GRADO