



MAestría EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS E INTELIGENCIA DE NEGOCIOS

COMPONENTE ÁREA DE CONOCIMIENTO

FUNDAMENTACIÓN

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS E INTELIGENCIA DE NEGOCIOS

GERENCIA ESTRATÉGICA Y LIDERAZGO EMPRESARIAL

INVESTIGACIÓN APLICADA

PROFUNDIZACIÓN

ÉNFASIS

ELECTIVAS

CRÉDITOS

SEMESTRE I	
Marketing Analytics	24 2
Consumidor I	24 2
Investigación Cualitativa	24 2
Investigación Cuantitativa	24 2
Pensamiento Estratégico	24 2
Contabilidad y Finanzas Empresariales	24 2
Marketing y Transformación Digital	24 2
Métodos de Investigación para la Toma de Decisiones	24 2
16 CRÉDITOS	

SEMESTRE II	
Mercados II & Simulación Gerencial	24 2
Consumidor II	24 2
Fundamentos de Investigación	24 2
Estudio Básico de Mercados	24 2
Proyecto de Grado	
Énfasis I	24 2
Énfasis II	24 2
Énfasis III	24 2
16 CRÉDITOS	

SEMESTRE III	
Inteligencia de negocios	24 2
Neuromarketing	24 2
Legislación del consumidor	24 2
Ética y Responsabilidad Social Empresarial	
Liderazgo Gerencial y Dirección de Equipos	24 2
Emprendimiento e Intraemprendimiento	24 2
Métodos de Investigación para la Toma de Decisiones II	24 2
Énfasis IV	
Electiva I	
Electiva II	24 2
20 CRÉDITOS	

LEYENDA:

Horas de Clase de la Asignatura	24
Nombre de la Asignatura	2
Créditos de la Asignatura	2

TOTAL CRÉDITOS MAESTRÍA : 52 CRÉDITOS

