Malla currícular
Mercadeo

Semestre I	Semestre II	Semestre III	Semestre IV	Semestre V	Semestre VI	Semestre VII	Semestre VIII	Semestre IX
Matemáticas I	Matemáticas II		Estadística	Toma de decisiones				Modalidad de práctica
	Economía	Micro economía	Macro economía	Política económica	Formulación y evaluación de proyectos			
Contabilidad	Costos	Finanzas						
Administración y organizaciones	Estrategia y estructura		Cultura organizacional					
Principios del derecho	Legislación comercial	Legislación laboral				Gestión comercial	Plan de mercadeo	
Mercadeo		Psicología del consumidor	Antropología del consumidor	Semiótica del mercadeo	Investigación de mercados	Inteligencia de mercados	Nuevas tendencias de mercadeo	
Negocios internacionales		Geopolítica	Creatividad	Gestión de productos	Comunicación integrada de mercadeo	Merchandising	Gestión de marca	Línea de énfasis I
Expresión escrita				Gestión de canales	Gestión de precios	Gestión del servicio	Mercadeo digital	Línea de énfasis II
Actividad deportiva o cultural						Mercadeo internacional	Marketing y responsabilidad social	Línea de énfasis III
Cátedra institucional Ciencia y Libertad	Libre elección I	Libre elección II	Libre elección III	Complementaria I	Complementaria II	Complementaria III		
Créditos 20	17	17	17	17	17	17	17	17