



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	24	2
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	24	2
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	24	2
Electiva I	24	2
Electiva II	24	2
20 CRÉDITOS		

LEYENDA:

Horas de Clase de la Asignatura

Nombre de la Asignatura

Créditos de la Asignatura



24

2



TOTAL CRÉDITOS MAESTRÍA : 52 CRÉDITOS

