

Plan de estudios Duración: 2 años (4 semestres) - 52 créditos académicos

Primer semestre (12 créditos)

- Pensamiento estratégico y gerencia global (3 créditos)
- Fundamentos de mercadeo (3 créditos)
- Comportamiento e investigación del consumidor (3 créditos)
- Electiva I (3 créditos)

Segundo semestre (12 créditos)

- Iniciativa y emprendimiento sostenible (3 créditos)
- Publicidad digital, métrica y analítica web (3 créditos)
- Mercadeo estratégico (3 créditos)
- Planeación del mercadeo (3 créditos)

Tercer semestre (12 créditos)

- Seminario de investigación (3 créditos)
- Mercadeo en buscadores y redes sociales (3 créditos)
- Comercio electrónico (3 créditos)
- Mercadeo de contenidos, redes de afiliados y gestión de comunidades (3 créditos)

Cuarto semestre (16 créditos)

- Diseño y arquitectura digital (3 créditos)
- Mobile marketing y otras TIC (3 créditos)
- Trabajo de grado (4 créditos)
- Electiva II (3 créditos)
- Electiva III (3 créditos)

Unidades nucleares ■

Unidades transversales ■

Unidades electivas ■

Requisito de grado ■

Nota: Para metodologías presencial y virtual, la apertura de los programas está sujeta a un número mínimo de estudiantes. La Universidad Ean se reserva el derecho de suspender o aplazar el inicio de cualquiera de los programas, en función de la respuesta que obtenga de los interesados en la convocatoria. Igualmente, se reserva el derecho a realizar modificaciones en los planes de estudio, el enfoque metodológico y el claustro docente.

Las actividades académicas del programa podrán incorporar materiales y lecturas en otros idiomas. Será responsabilidad del estudiante lograr la comprensión de los mismos.