

REPUBLICA DE CHILE
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE
VICERRECTORIA DE POSTGRADO (z)

**ESTABLECE PLAN DE ESTUDIOS DEL
PROGRAMA DE MAGISTER EN
MARKETING**

SANTIAGO, 001005 - 12.03.19.

VISTOS: Las atribuciones que me confiere el D.F.L. N° 149 de 1981 del Ministerio de Educación, la Resolución N° 841 de 1988, la Resolución N° 055 de de 2018, la Resolución N° 4081 de 2015 y la Resolución N° 1600 de 2008 de la Contraloría General de la República.

CONSIDERANDO:

La necesidad de contar con un Plan de Estudios de acuerdo a lo estipulado en el Reglamento General de los Programas de Magíster Profesional de la Universidad de Santiago de Chile.

RESUELVO:

APRUÉBESE el Plan de Estudios del Programa de Magíster en Marketing a partir del primer semestre de 2019.

I. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

1. El Programa de Magíster en Marketing es de carácter profesional.
2. El objetivo general del Programa es formar especialistas vinculados a la gestión integral de Marketing para que sean capaces de analizar la gestión de negocios como sustento del proceso de toma de decisiones de marketing a nivel estratégico, táctico y operativo evaluando los principales factores que influyen en el proceso de elaboración de una estrategia de marketing.
3. Las áreas de desarrollo del programa de Magister en Marketing son: Estrategia de Marketing, Gestión de Marketing, Herramientas de Marketing.
4. Son objetivos específicos del Programa:
 - a) Formar graduados que tengan la capacidad reflexiva y crítica para comprender el proceso de marketing y sus efectos directos en el proceso de toma de decisiones de compra del consumidor.
 - b) Entregar métodos de análisis para comprender los conceptos y prácticas que componen el marketing de servicios para gestionar la relación organización-cliente.

c) Entregar herramientas teóricas y metodológicas a los participantes del programa para evaluar los principales factores que influyen en el proceso de elaboración de una estrategia de marketing considerando el accionar en mercados altamente competitivos.

5. Para ingresar al Programa los postulantes deberán acreditar el cumplimiento de los siguientes requisitos:

a) Estar en posesión de un Título Profesional y/o Licenciatura con al menos ocho semestres otorgado por una universidad nacional o extranjera en el área de finanzas, economía, administración, ingeniería, o afín. En este último caso, el Comité de Programa de Magister (CPM) evaluará la pertinencia del postulante al programa.

6. Los graduados del Programa de Magister en Marketing, serán capaces de:

a) Analizar en forma proactiva los principales factores ambientales que influyen en el proceso de elaboración de una estrategia de marketing para identificar riesgos que atenten al logro comercial de la organización.

b) Diseñar e implementar estrategias de marketing para emprender proyectos en base a la innovación de productos y procesos en función de las necesidades del mercado.

c) Dar solución práctica y aplicada a diferentes problemas y temáticas de marketing para optimizar la gestión comercial de las organizaciones.

7. El Programa tendrá una duración nominal de cuatro semestres, en jornada parcial, la que corresponde a 72 créditos SCT-Chile y a 44 créditos TEL.

II. ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA CURRICULAR

8. El Plan de estudios del Magister en Marketing consta de 12 asignaturas, las que incluyen el Seminario y el Trabajo de Graduación.

La estructura curricular incluye tres asignaturas que entregan los fundamentos relacionados con los contenidos esenciales para el estudio del marketing: Marketing Estratégico, Marketing de Servicios y Conducta del Consumidor.

Marketing Digital y las Asignaturas Electivas, son asignaturas de profundización que entregan a los estudiantes conocimientos de diferentes tópicos de Marketing con el fin de que los alumnos tengan una visión más especializada de esta disciplina.

Por último, la estructura curricular contempla asignaturas de corte metodológico que suministran las bases necesarias para el estudio del Marketing. Métodos Estadísticos, Análisis Multivariante y Minería de Datos entregan las herramientas, las técnicas y modelos empleados en el estudio del Marketing; mientras que en la Asignatura de Proyecto de Graduación los alumnos recibirán la orientación necesaria en relación a cómo elaborar su Trabajo de Graduación e incluye talleres de análisis de bases de datos, asistencia a seminarios y presentaciones de avance de su trabajo, entre otros.

9. La trayectoria curricular esperada del estudiante se detalla a continuación:

Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4
Marketing Estratégico 5 SCT	Conducta del Consumidor 5 SCT	Marketing Digital 6 SCT	Trabajo de Graduación 20 SCT
Marketing de Servicio 5 SCT	Métodos Estadísticos 5 SCT	Minería de Datos 6 SCT	
Electivo I 2 SCT	Análisis Multivariante 5 SCT	Proyecto de Graduación 8 SCT	
	Electivo II 2 SCT	Electivo III 3 SCT	
TOTAL SCT-CHILE: 72			

10. El listado de asignaturas del Programa es el siguiente:

Código	Nombre de la Asignatura	TEL	SCT	Semestre	Área OCDE ¹	Requisitos	Tipo de Asignatura
	Marketing Estratégico	4	5	1	4 y 5		Obligatoria
	Marketing de Servicio	4	5	1	4 y 5		Obligatoria
	Electivo I	2	2	1	4 y 5		Electiva
	Conducta del Consumidor	4	5	2	4 y 5	Marketing de Servicio	Obligatoria
	Métodos Estadísticos	4	5	2	4 y 5		Obligatoria
	Análisis Multivariante	4	5	2	4 y 5	Métodos Estadísticos	Obligatoria
	Electivo II	2	2	2	4 y 5	Electivo I	Electiva
	Marketing Digital	4	6	3	4 y 5	Análisis Multivariante	Obligatoria
	Minería de Datos	4	6	3	4 y 5	Métodos Estadísticos	Obligatoria
	Proyecto de Graduación	4	8	3	4 y 5		Obligatoria
	Electivo III	2	3	3	4 y 5	Electivo II	Electiva
	Trabajo de Graduación	6	20	4	4 y 5	Proyecto de Graduación	Obligatoria

¹ Clasificación de la asignatura de acuerdo a la OCDE: 1. Ciencias Agrícolas, 2. Ciencias Naturales, 3. Ciencias Médicas y de Salud, 4. Ciencias Sociales, 5. Ingeniería y Tecnología, y 6. Humanidades.

ANÓTESE Y COMUNÍQUESE,

CRISTIAN PARKER GUMUCIO, Vicerrector de Postgrado.

Lo que transcribo a usted, para su conocimiento.

Saluda atentamente a usted.



GUSTAVO ROBLES LABARCA
SECRETARIO GENERAL

CPG/JSS/dmg

Distribución:

- 2. Vicerrectoría de Postgrado
- 1 Registro Académico
- 1 Títulos y Grados
- 1 Dirección del Programa de Magíster en Marketing – Facultad de Administración y Economía
- 1 Departamento de Calidad y Acreditación
- 1 Vicedecanato de Investigación y Postgrado – Facultad de Administración y Economía
- 1 Registro Curricular de la Facultad de Administración y Economía
- 1 Archivo Central
- 2 Oficina de Partes