

REPUBLICA DE CHILE  
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE  
VICERRECTORIA DE POSTGRADO



## ESTABLECE NORMAS INTERNAS DEL PROGRAMA DE MAGISTER EN MARKETING

SANTIAGO, 001699 04.04.19.

**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° 4081 de 2015, la Resolución N° 055 de 2018 y la Resolución N° 1600 de 2008 de la Contraloría General de la República.

### CONSIDERANDO:

La necesidad de contar con Normas Internas de cada Programa de Postgrado con el fin de respetar su individualidad y complementando lo estipulado en el Reglamento General de los Programas de Magíster Profesional de la Universidad de Santiago de Chile.

### RESUELVO:

APRUEBENSE las siguientes Normas Internas del Programa de Magíster en Marketing.

#### I. ADMINISTRACIÓN

1. Este Programa se encuentra bajo la tutela de la Facultad de Administración y Economía.

2. El Programa estará a cargo de un Comité de Programa de Magíster (CPM) constituido por un Director, quien presidirá este Comité, y otros tres integrantes del núcleo de académicos del programa.

El Director del Programa será nombrado por el Decano de la Facultad de Administración y Economía, de entre los Profesores del Núcleo del Programa. Los otros miembros del Comité serán elegidos por el Director del Programa y serán ratificados por el Decano de la Facultad de Administración y Economía. El Director y los miembros del Comité permanecerán cuatro años en su cargo, pudiendo prorrogar su actividad por períodos sucesivos mientras la autoridad lo disponga.

3. Los miembros del cuerpo académico, los miembros del Comité y el Director del Programa, serán nombrados por resolución universitaria del Decano.

4. Las atribuciones del Director del Programa y del Comité de Programa son aquellas expresamente definidas en el Reglamento General de los Programas de Magíster Profesional de la Universidad de Santiago de Chile.

5. Los acuerdos del CPM se alcanzarán por votación mediante mayoría simple. En caso de no llegar a un acuerdo, será el Director quien resuelva.

## **II. CUERPO ACADÉMICO DEL PROGRAMA**

6. Según el Reglamento General de los Programas de Magíster Profesional, el cuerpo académico del Programa estará formado por Profesores del Núcleo, Profesores Colaboradores y Profesores Visitantes. Todos ellos deberán satisfacer los requerimientos que el Sistema Nacional de Aseguramiento de la Calidad establezca para cada categoría.

7. Los Profesores del Núcleo del Programa deberán cumplir con los siguientes requisitos: estar en posesión mínima del grado de Magíster, ser académico del cuerpo regular de la Institución y presentar una trayectoria destacada y demostrable en la disciplina o áreas de estudio del Programa, en docencia universitaria, dirección de trabajo de graduación, evaluación de trabajos de graduación, investigación y/o desarrollo en el área del Programa, cargos de gestión, comisiones de trabajo y actividades administrativas.

8. Los Profesores Colaboradores del Programa deberán cumplir con los siguientes requisitos: estar en posesión mínima del grado de Magíster y poseer una trayectoria destacada y demostrable en la disciplina o áreas de estudio del programa, y en virtud de sus antecedentes, realizar una contribución relevante al Programa. Podrán participar de la docencia, de comisiones de trabajo de graduación y co-dirección de trabajos de graduación con un Profesor del Núcleo.

9. Se entiende como Profesor Visitante al profesional o académico de reconocida trayectoria invitado por el programa a contribuir con una actividad académica específica y cuya dependencia laboral está adscrita a otra institución nacional o extranjera.

10. Anualmente, el Comité del Programa de Magíster (CPM) podrá convocar a los académicos de la Facultad y de la Universidad para formar parte del cuerpo de profesores. De igual forma, deberá realizar la evaluación del cuerpo académico tal como es consignado en el Reglamento General de los Programa de Magíster Profesional de la Universidad de Santiago de Chile.

## **III. ADMISIÓN**

11. Las postulaciones al Magíster estarán abiertas todo el año, no obstante, el CPM informará acerca de los períodos de selección del Programa. La información pública deberá estar actualizada en la página web del Programa y en otras fuentes de difusión de modo permanente.

12. Los interesados deberán completar el Formulario único de postulación a programas de postgrado en línea a través del sitio web de la Vicerrectoría de Postgrado.

13. Los interesados deberán presentar los siguientes antecedentes:

- a) Certificado de Título y/o Grado Académico en original o copia legalizada.
- b) Carta dirigida al Director del Programa, en la cual se fundamenten las razones académicas de postulación.
- c) Curriculum Vitae.
- d) Certificado con concentración de notas, indicando la escala utilizada y el puntaje mínimo para aprobar las asignaturas en el caso de los estudiantes extranjeros.
- e) Certificado de nacimiento y copia de cédula de identidad o pasaporte en el caso de estudiantes extranjeros.
- f) Una carta de recomendación académica, de personas con las cuales el postulante haya tenido una relación académica o de trabajo.
- g) Tres fotografías tamaño carnet.

14. Para los postulantes extranjeros, rigen las mismas exigencias que para los postulantes de nacionalidad chilena, sin embargo, los certificados indicados en el numeral 13 letra a) y d), deben estar debidamente legalizados, ya sea por el sistema de Apostilla de La Haya o por la Embajada, Consulado o Cancillería según corresponda y deberán adjuntar una carta de apoyo institucional en el caso que corresponda.

15. El CPM, sobre la base de los antecedentes documentales y el resultado de una entrevista que mantendrán todos los postulantes con el CPM o uno de sus representantes, decidirá sobre la admisión de los postulantes al programa. Para cada proceso de selección el CPM fijará el puntaje de corte mínimo en función de los cupos disponibles. Los criterios de selección definidos por el programa son los siguientes:

- a) Antecedentes Curriculares (máximo 30%):
  - Promedio de calificaciones de 5.0 a 6.0 o Equivalente: 20%
  - Promedio de calificaciones de 6.0 a 7.0 o Equivalente: 30%
- b) Trayectoria laboral (máximo 40%):
  - Experiencia profesional (40%)
- c) Cartas de recomendación (10 %)
- d) Entrevista personal (20%)

El Director del Programa informará por escrito a cada postulante sobre su condición de aceptado o rechazado en un plazo de no más de 5 días hábiles.

16. El Programa deberá guardar registro electrónico de los antecedentes de los postulantes y remitirá la nómina de postulantes aceptados al Decano de la Facultad de Administración y Economía para que solicite a la Vicerrectoría de Postgrado la oficialización del ingreso, incluyendo los antecedentes de los postulantes.

17. Los postulantes aceptados deberán registrar su matrícula en el período que la Universidad establezca en su calendario académico anual de Postgrado, con el fin de adquirir la calidad de estudiante regular del Programa.

#### **IV. REGIMEN DE ESTUDIOS**

18. Todo lo referente al Plan de Estudios del Programa, está consignado en la Resolución de Plan de Estudio del Magíster en Marketing.

19. El estudiante tiene un período de residencia máxima en el Programa de seis semestres. Una vez superado el período máximo se le considerará como eliminado del Programa. Será obligación del estudiante realizar sus estudios en semestres consecutivos.

20. En casos especiales, el estudiante podrá solicitar retiro temporal mediante la solicitud correspondiente en Registro Curricular. El estudiante podrá solicitar el retiro temporal semestral como máximo dos veces en el transcurso del Programa, pudiendo ser consecutivos o no. Los retiros temporales no se considerarán para efectos de la permanencia máxima.

21. Todo estudiante tendrá derecho a renunciar al programa dentro de las fechas límites de inicio y término que establece el semestre académico. Para ello, deberá elevar la solicitud correspondiente en Registro Curricular de la Facultad de Administración y Economía.

22. El estudiante deberá inscribir y/o eliminar asignaturas de acuerdo a las disposiciones del Registro Curricular de la Facultad de Administración y Economía durante los plazos definidos para estos efectos.

23. El estudiante podrá también realizar cursos impartidos en otros programas de postgrado de la Universidad o de otras universidades, los que deben estar definidos en SCT-Chile, previa autorización del CPM.

24. Los estudiantes podrán solicitar la convalidación o reconocimiento de actividades académicas realizadas en otro Programa de Postgrado. Esta solicitud será analizada y resuelta por el CPM y deberá estar acompañada por la concentración de calificaciones y los programas oficiales de los contenidos que desea convalidar y/o reconocer desde otro Programa de Postgrado, y/o de un programa con el que posea articulación mediante Resolución universitaria. Una vez resuelto por el CPM, se informará al Registro Curricular la asignatura convalidada o reconocida. No obstante, lo anterior, para todos los efectos el estudiante deberá cumplir con a lo menos 60 SCT de permanencia en el Programa. Se excluyen del proceso de convalidación las actividades de graduación.

25. La escala de notas para la calificación de las actividades académicas serán de 1,0 a 7,0, siendo la nota mínima de aprobación igual a 4,0. El estudiante podrá reprobado como máximo una asignatura durante su permanencia en el Magíster. En caso de reprobado un mayor número de ellas el estudiante será eliminado del Programa. Además de lo anterior, el estudiante deberá mantener un promedio de notas acumuladas igual o superior a 5,0; de lo contrario quedará eliminado del Programa.

26. Un estudiante podrá ser reincorporado al Programa como máximo en una oportunidad, previa consideración y autorización del Comité del Programa.

## **V. TRABAJO DE GRADUACIÓN**

27. El Trabajo de Graduación, se realizará en las asignaturas que establece la Resolución de Plan de Estudios del Programa y se registrará por los siguientes criterios:

a) El Trabajo de Graduación corresponde a un trabajo final individual que puede ser un proyecto o tesina, un informe o artículo de estudio, o experiencia aplicada, a través de la cual se demuestra y certifica que el egresado del Magíster en Marketing es capaz de realizar aplicación práctica y/o empírica a problemas de marketing empleando métodos estadísticos y/o econométricos respetando la veracidad de los datos y el uso de las fuentes.

b) El Trabajo de graduación debe estar inserto dentro de las áreas de desarrollo definidas en el Programa las cuales corresponden a Estrategia de Marketing, Gestión de Marketing, Herramientas de Marketing.

c) El alumno contará con un profesor guía, el cual será elegido en conjunto con el Director del Programa en función del tema elegido por el estudiante.

28. Para la revisión del documento escrito se conformará una Comisión de Trabajo de Graduación, la que estará integrada por a lo menos dos miembros que pertenezcan al cuerpo académico, excluyendo al profesor guía y al menos un miembro del núcleo del Programa.

29. El alumno deberá presentar y defender su trabajo de graduación ante la Comisión de Trabajo de Graduación.

30. El Trabajo de Graduación será evaluado en la escala de 1,0 a 7,0, siendo la nota de aprobación mínima 5,0. La Comisión tendrá un plazo máximo de 45 días calendario para emitir su evaluación del trabajo escrito.

31. Si un alumno no alcanza la calificación mínima tendrá un plazo de 30 días calendario para volver a presentar el Trabajo de Graduación. En caso de que el Trabajo de Graduación sea reprobado, el estudiante quedará eliminado del Programa. Si el Trabajo de Graduación es aprobado con observaciones el alumno tendrá un plazo de 15 días para presentar el trabajo revisado. Estos tiempos deben establecerse a partir de los plazos establecidos por la Universidad para la fecha de término del semestre académico.

## VI. GRADUACIÓN

32. Los requisitos para la obtención del Grado de Magíster en Marketing son:

- a) Haber aprobado el Plan de Estudios con un promedio final de calificaciones del programa igual o superior a 5,0.
- b) Haber aprobado el Trabajo de Graduación.

33. La calificación final del alumno en el Programa de Magíster en Marketing se obtendrá considerando un 50% el promedio de las notas obtenidas en todas las asignaturas que contempla el plan de estudios, 25% de la nota obtenida en el informe escrito del Trabajo de Graduación y el 25% de la nota obtenida en la presentación y defensa de su Trabajo de Graduación ante la Comisión de Trabajo de Graduación.

La calificación final se expresará de acuerdo a la siguiente relación conceptual:

Calificación	Concepto
Nota entre 6,4 y 7,0	Aprobado con Distinción Máxima
Nota entre 5,7 y 6,3	Aprobado con Distinción
Nota entre 5,0 y 5,6	Aprobado

## VII. CONDUCTA ÉTICA

34. Toda actividad del Magíster se realizará cumpliendo las normas éticas imperantes en la Universidad de Santiago de Chile.

35. Será causal de eliminación de un estudiante del Magíster la comprobación de plagio o fraude en cualquiera de sus formas. Se entenderá por plagio o fraude la copia o imitación de texto adjudicándose la autoría sin la debida citación de la fuente original y la copia o falsificación de resultados atribuyéndose la autoría de ellos.

36. Toda situación no contemplada en las presentes Normas será resuelta por el Decano de la Facultad de Administración y Economía sin perjuicio de las atribuciones de otras autoridades de la Universidad.

37. Para modificar las presentes Normas se debe hacer llegar a la Vicerrectoría de Postgrado una solicitud que fundamente la modificación requerida, la que será revisada de acuerdo al Reglamento General de los Programas de Magíster Profesional, previo a gestionar la tramitación del documento.

38. La presentes Normas Internas regirán a partir del primer semestre de 2019 para todos los estudiantes que ingresen al Programa de Magíster en Marketing.

**ANÓTESE Y COMUNÍQUESE,**

CHRISTIAN PARKER GUMUCIO, Vicerrector de Postgrado.

Lo que transcribo a usted, para su conocimiento.



Saluda atentamente a usted.

**GUSTAVO ROBLES LABARCA**  
**SECRETARIO GENERAL**

CPG/JSS/AFD/ivp

Distribución:

- 1. Vicerrectoría de Postgrado
- 1 Magister en Marketing – Facultad de Administración y Economía
- 1 Vicedecanato de Investigación y Postgrado – Facultad de Administración y Economía
- 1 Departamento de Calidad y Acreditación
- 1 Registro Académico
- 1 Registro Curricular - Facultad de Administración y Economía
- 1 Archivo Central
- 1 Oficina de Partes

REPUBLICA DE CHILE  
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE  
VICERRECTORIA DE POSTGRADO



## 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:

APRUEBESE 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 Magíster 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 Magíster 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	Conducta del Consumidor	Marketing Digital	Trabajo de Graduación  20 SCT
5 SCT	5 SCT	6 SCT	
Marketing de Servicio	Métodos Estadísticos	Minería de Datos	
5 SCT	5 SCT	6 SCT	
Electivo I	Análisis Multivariante	Proyecto de Graduación	
2 SCT	5 SCT	8 SCT	
	Electivo II	Electivo III	
	2 SCT	3 SCT	
<b>TOTAL SCT-CHILE: 72</b>			

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

Código	Nombre de la Asignatura	TEL	SCT	Semestre	Área OCDE <sup>1</sup>	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

<sup>1</sup> 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