

**MODIFICA RESOLUCIÓN N°5846  
DE 2022 DEL PROGRAMA DE  
MAGÍSTER EN MARKETING**

---

**SANTIAGO,** 18/11/2022 - 10823

**VISTOS:** El D.F.L. N°149 de 1981 del Ministerio de Educación, la Resolución N° 841 de 1988 la Resolución N°7789 de 2022, la Resolución 055 de 2018, el Decreto Universitario N°1988, la Resolución N°6 y 7 de 2019 de la Contraloría General de la República.

**CONSIDERANDO:**

La necesidad de ajustar un Plan de Estudios de los programas de postgrado, a fin de dar cumplimiento a los objetivos estratégicos de la Universidad, y satisfacer las demandas externas y las necesidades a nivel nacional.

**RESUELVO:**

Modifícase del Plan de Estudios del Programa de Magíster en Marketing, RE N°5846 de 2022, en el ITEM I, artículo 7, ITEM II, artículo 9, 10, este ajuste regirá desde el primer semestre del 2023.

**DONDE DICE:**

ITEM I, DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

7. El programa tendrá una duración nominal de cuatro semestres, en jornada parcial, la que corresponderá a 77 créditos SCT-Chile y a 48 créditos TEL.

ITEM II, DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

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

REPUBLICA DE CHILE  
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE  
VICERRECTORÍA DE POSTGRADO

Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4
Marketing Estratégico  5 SCT	Conducta del Consumidor  5 SCT	Métodos Cualitativos de Marketing  6 SCT	Trabajo de Graduación  20 SCT
Marketing de Servicio  5 SCT	Métodos Estadísticos  5 SCT	Análisis Multivariante  5 SCT	
Marketing y Gobiernos Corporativos  5 SCT	Marketing Digital  6 SCT	Proyecto de Graduación  8 SCT	
Electivo I  2 SCT	Electivo II  2 SCT	Electivo III  3 SCT	
TOTAL SCT-CHILE 77			

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

CÓDIGO	ASIGNATURA	TEL	SCT	SEMESTRE	Área OCDE	REQUISITOS	TIPO DE ASIGNATURA
	Marketing y Gobiernos corporativos	4	5	1	4 y 5	-	Obligatoria
	Marketing Digital	4	6	2	4 y 5	Métodos Estadísticos	Obligatoria
	Análisis Multivariante	4	5	3	4 y 5	Marketing Digital	Obligatoria
	Métodos Cualitativos de Marketing	4	6	3	4 y 5	Conducta del consumidor	Obligatoria

**DEBE DECIR:**

ITEM I, DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

7. El programa tendrá una duración nominal de cuatro semestres, en jornada parcial, la que corresponderá a 82 créditos SCT-Chile y a 48 créditos TEL.

ITEM II, ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA CURRICULAR:

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

<b>Semestre 1</b>	<b>Semestre 2</b>	<b>Semestre 3</b>	<b>Semestre 4</b>
Marketing Estratégico  5 SCT	Conducta del Consumidor  5 SCT	Métodos Cualitativos de Marketing  6 SCT	Trabajo de Graduación  20 SCT
Marketing de Servicio  5 SCT	Métodos Estadísticos  5 SCT	Análisis Multivariante  5 SCT	
Marketing y Gobiernos Corporativos  5 SCT	Marketing Digital  6 SCT	Proyecto de Graduación  8 SCT	
<b>Electivo I</b>  <b>4 SCT</b>	<b>Electivo II</b>  <b>4 SCT</b>	<b>Electivo III</b>  <b>4 SCT</b>	
TOTAL SCT-CHILE 82			

10.-El listado de asignaturas del

Programa es el siguiente:

CÓDIGO	ASIGNATURA	TEL	SCT	SEMESTRE	Área OCDE	REQUISITOS	TIPO DE ASIGNATURA
	Marketing y Gobiernos corporativos	4	5	1	4 y 5	-	Obligatoria
	Marketing Digital	4	6	2	4 y 5	Métodos Estadísticos	Obligatoria
	Análisis Multivariante	4	5	3	4 y 5	Marketing Digital	Obligatoria
	Métodos Cualitativos de Marketing	4	6	3	4 y 5	Conducta del consumidor	Obligatoria
	Electivo I	2	4	1	4 y 5	-	Electiva
	Electivo II	2	4	2	4 y 5	Electivo I	Electiva
	Electivo III	2	4	3	4 y 5	Electivo II	Electiva

**ANOTESE Y COMUNIQUESE,**

**DR. HUMBERTO PRADO CASTILLO, Vicerrector de Postgrado.**

conocimiento.

Lo que transcribo a usted, para su

Saluda atentamente a usted,

**FRANCISCO ZAMBRANO MEZA  
SECRETARIO GENERAL**

HPC/JSS/AFD/DMG/ivp

Distribución:

- 1 Vicerrectoría de Postgrado
- 1 Dirección del Programa de Magister en Marketing
- 1 Registro Académico
- 1 Títulos y Grados
- 1 Departamento de Calidad y Acreditación
- 1 Registro Curricular de la FAE
- 1 Archivo Central
- 2 Oficina de Partes.