

**CONSEJO UNIVERSITARIO
EXTRACTO DEL ACTA DE LA SESIÓN ORDINARIA N°08
DE FECHA MIÉRCOLES 29 DE AGOSTO DE 2018**

Lugar: Campus Universidad ESAN

Orden del Día:

Plan de Estudios del Programa de Doble Titulación de la Carrera de Administración y Marketing: Modificación.

Acuerdo N°184-08/2018

El Consejo Universitario aprobó que los estudiantes extranjeros provenientes de las instituciones que se consigna a continuación y que deseen optar el grado de Bachiller en Administración y Marketing tengan que aprobar los diez cursos descritos en el documento que como Anexo 7 queda registrado en el archivo de Secretaría General: Fachhochschule Dortmund University of Applied Sciences and Arts, Alemania; Pforzheim University, Alemania; Groupe ESC Troyes, Champagne School of Management, Francia; Montpellier Business School, Francia; Universidad Nuestra Señora del Rosario, Colombia; Universidad Javeriana, Colombia.


Carmen Velazco Ramos
Secretaria General



Lima, 25 de setiembre de 2018

PLAN DE ESTUDIOS PROGRAMA DE DOBLE TITULACIÓN

Carrera: ADMINISTRACION Y MARKETING

Para estudiantes Internacionales en convenio de Doble Titulo con la Universidad ESAN

Duración: 1 año

Requisitos: El Estudiante debe cumplir satisfactoriamente con aprobar **10 cursos** en el **Programa de Administración y Marketing** de acuerdo al horario que establezca la Universidad ESAN.

El alumno debe llevar un total de 8 cursos obligatorios a lo largo de todo el año académico (4 en el primer semestre y 4 en el segundo semestre). Además, deberá elegir un mínimo de dos cursos electivos del total de los ofrecidos que podrá llevar en cualquiera de los dos periodos.

Español: Acreditar conocimientos a nivel avanzado (B2) mediante un certificado emitido por la universidad de origen.

Calendario: Inicio del Programa Agosto de cada año (Agosto – Diciembre primer periodo y Marzo – Julio segundo periodo).

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

PRIMER PERIODO

ASIGNATURA		CICLO	NIVEL	ÁREA		CRÉDITOS	IDIOMAS	TEMAS REVISADOS EN CURSOS PREVIOS EN SU UNIVERSIDAD
				Gestión	Marketing			
1	Gestión de Capital Humano (CO)	IV	2	X		3	ESP	Teoría Organizacional
2	Formulación y Evaluación de Proyectos (CO)	VII	2		X	4	ESP	Finanzas II
3	Comunicaciones de Marketing (CO)	VI	2		X	3	ESP	Comportamiento del Consumidor
4	Derecho Empresarial(CO) (Curso de 4 horas)	VI	3	X		3	ESP	85 Créditos aprobados
5	Electivo a elección (E)	-	-	-	-	3	ESP/ING	-
TOTAL DE CREDITOS						16		

(*) El estudiante deberá elegir solo un electivo. (E)

Nivel: 1 introductorio 2 usuario 3 dominio

(CO) Curso Obligatorio

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

SEGUNDO PERIODO

ASIGNATURA		CICLO	NIVEL	ÁREA		CRÉDITOS	IDIOMAS	TEMAS REVISADOS EN CURSOS PREVIOS EN SU UNIVERSIDAD
				Gestión	Marketing			
1	Estrategias de Marketing Relacional (CO)	VII	2		X	4	ESP	Estrategias de Segmentación y Posicionamiento
2	Marketing Industrial y Sectorial (CO)	IX	3		X	3	ESP	Planeación Estratégica
3	E-Marketing (CO)	IX	2		X	3	ING	Comunicaciones de Marketing
4	Branding (CO)	X	3		X	3	ING	Comunicaciones de Marketing
5	Electivo a Elección (E)	-	-	-	-	3	ESP/ING	-
TOTAL DE CREDITOS						16		

(*) El estudiante deberá elegir solo un electivo. (E)

Nivel: 1 introductorio 2 usuario 3 dominio

(CO) Curso Obligatorio

CURSOS ELECTIVOS* (E)

ASIGNATURA		CICLO	NIVEL	ÁREA		CRÉDITOS	IDIOMAS	TEMAS REVISADOS EN CURSOS PREVIOS EN SU UNIVERSIDAD
				Gestión	Marketing			
1	Supply Chain Management (*)	VII	2	X		3	ING	Investigación de Operaciones
2	Entrepreneurship(*)	VIII	2	X		3	ING	140 créditos aprobados
3	Intercultural Management for International Business		2			3	ING	

(*) El estudiante deberá elegir solo un electivo (E) por Semestre. La disponibilidad de estos electivos puede variar según el semestre.

SUMILLAS

Cursos del Programa Administración y Marketing

PRIMER PERIODO

Curso	GESTIÓN DE CAPITAL HUMANO
Área	Gestión
Ciclo	IV
Créditos	3
Requisito	Teoría Organizacional
Precedente	-
Sumilla	El curso permite al alumno comprender y analizar el rol de la gerencia de las personas como eje de las organizaciones. Comprende la evolución de la gerencia del talento humano, la gestión de capital humano como fuente de ventaja competitiva. Modelos de desarrollo de capital humano. Diseño de estratégico de cargos. Asignación de funciones y responsabilidades. Planes de carrera. Reclutamiento y selección. Evaluación de desempeño. Aplicación del marco legal en el ambiente laboral. Gestión de los sistemas de retribución. Programas de incentivos. Desarrollo y retención de talentos. Calidad de vida en el trabajo. Higiene y seguridad ocupacional. El Control y los Indicadores de gestión del talento humano.



Curso	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS
Área	Marketing
Ciclo	VII
Créditos	4
Requisito	Finanzas II
Precedente	Costos y Presupuestos
Sumilla	El curso de Formulación y Evaluación de Proyectos comprende el desarrollo y la aplicación de técnicas para poder formular y evaluar un proyecto o plan de negocio. En este curso, los alumnos estarán en capacidad de tomar una serie de decisiones para comprobar sus proyecciones y recomendar las acciones necesarias, a fin de corregir cualquier desviación de los resultados previstos y lograr la maximización del valor de la inversión de los accionistas y stakeholders.



Curso	COMUNICACIONES DE MARKETING
Área	Marketing
Ciclo	VI
Créditos	3
Requisito	Comportamiento del consumidor
Precedente	-
Sumilla	El curso proporciona las competencias necesarias para el diseño, ejecución, monitoreo y evaluación de programas de comunicaciones integradas de marketing (CIM) alineados a los objetivos del plan de marketing de la marca y que contribuyan al logro de los objetivos del negocio. El estudiante adquirirá conceptos, funciones y herramientas sobre estrategias de comunicación y sus aplicaciones al campo del marketing, branding, promoción de ventas gestión comercial, publicidad, marketing interactivo y relaciones públicas. Se aplicarán los conocimientos de estrategias de marketing, comportamiento del consumidor, investigación de mercados segmentación y posicionamiento. A través del análisis de casos y el trabajo de campo de conocerá las estrategias del CIM, la planificación de medios y técnicas creativas. técnicas publicitarias ATL, BTL.

Curso	DERECHO EMPRESARIAL
Área	Gestión
Ciclo	VI
Créditos	3
Requisito	Teoría Organizacional.
Precedente	-
Sumilla	El curso proporciona al estudiante el marco jurídico en el ámbito empresarial, dentro del contexto del régimen económico constitucional y los rasgos de una economía social de mercado. Se revisan aspectos generales de los contratos empresariales, derecho societario, así como marco legal de las pequeñas y microempresas. También se revisa aspectos generales de Derecho Laboral y Tributario, así como legislación en el ámbito de Derecho de la Competencia, protección a los consumidores y competencia desleal. Es objetivo del curso, proporcionar el marco teórico y de análisis de la legislación empresarial nacional.

SUMILLAS
Cursos del Programa Administración y Marketing

SEGUNDO PERIODO

Curso	ESTRATEGIAS DE MARKETING RELACIONAL
Área	Marketing
Ciclo	VII
Créditos	4
Requisito	Estrategias de Segmentación y Posicionamiento
Precedente	-
Sumilla	El curso de carácter teórico práctico brinda a los alumnos los conocimientos y herramientas del marketing relacional para utilizar la información del comportamiento de los clientes en los puntos de venta, generando mayores ingresos y eficacia operativa. Comprende los conceptos del Marketing relacional vs Marketing de base de datos, etapas de implantación del marketing relacional. Precios relacionales, marketing interno, la venta relacional. Programas de recompensas a clientes. Procedimientos para medir la satisfacción del cliente. Tiempo de respuesta. Estrategias de retención, gestión de base de dato. Concepto de Fidelización.

Curso	MARKETING INDUSTRIAL Y SECTORIAL
Área	Marketing
Ciclo	IX
Créditos	3
Requisito	Planeación Estratégica
Precedente	Marketing de Servicios
Sumilla	La asignatura tiene el propósito de desarrollar las competencias para identificar las nuevas tendencias del marketing en los diferentes sectores. El curso proporciona los fundamentos, las estrategias y tendencias del marketing en diferentes sectores de la actividad económica. Naturaleza y elementos del marketing industrial, características de los mercados industriales, planificación estratégica de marketing de las empresas industriales, análisis de los mercados industriales, decisiones en marketing industrial. El Marketing de servicios. Otras aplicaciones sectoriales del marketing.

Curso	E-MARKETING
Área	Marketing
Ciclo	IX
Créditos	3
Requisito	Comunicaciones de marketing
Precedente	-
Sumilla	The course develops theoretical & concept base competences, identifies and describes the construction of brand value. Includes Brand concepts in a global context, basic brand concepts, the core elements of the brand, the construction of brand value, the importance of brand identity, brand evaluation, and brand audit.



Curso	BRANDING
Área	Marketing
Ciclo	X
Créditos	3
Requisito	Comunicaciones de Marketing
Precedente	Marketing Industrial y Sectorial
Sumilla	La asignatura busca desarrollar competencias teórico – conceptuales identificando y describiendo reflexivamente la necesidad de la construcción del valor de marca. Comprende tanto los conceptos de marca de acuerdo a un contexto globalizado, como los conceptos básicos de marca, los elementos de marca, la construcción del valor de marca, la importancia de la identidad de marca así como la medición y auditoría de marca.



SUMILLAS

Cursos del Programa Administración y Marketing

CURSOS ELECTIVOS (*)

(*) El estudiante deberá elegir solo un electivo (E) por Semestre.

Curso	SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (*)
Área	Gestión
Ciclo	VII
Créditos	3
Requisito	Investigación de Operaciones
Precedente	-
Sumilla	El curso es teórico - práctico, busca desarrollar competencias teórico-conceptuales analizando los elementos claves asociados con el diseño y la administración de las cadenas de abastecimiento considerando la integración eficiente de proveedores, planta, almacenes y distribuidores. Comprende los criterios y herramientas que pueden ser utilizados para reducir los costos analiza la relación entre Logística y Marketing, Logística y Cadena de Suministro y la implantación de la cadena de abastecimiento. Se revisa el manejo del cliente y la creación del valor. Integración del proceso de pedidos con el sistema logístico de la empresa, gestión del inventario. Sistemas de almacenamiento, empaque, tercerización de actividades y servicios integrales. Logística global. Control del proceso logístico e impacto de la logística en la rentabilidad de productos

Handwritten signature

Curso	ENTREPRENEURSHIP (*)
Área	Emprendimiento
Ciclo	VIII
Créditos	3
Requisito	140 créditos aprobados
Precedente	-
Sumilla	El curso es teórico práctico, tiene como finalidad fomentar la cultura empresarial emprendedora a nivel nacional e internacional. En particular, el curso tiene como objetivo ayudar a los participantes: primero, en identificar y evaluar oportunidades de negocio; segundo, desarrollar a partir de una idea de negocio a un concepto de negocio y tercero, establecer las bases para explorar el “concepto ganador” que usted, como empresario, ha desarrollado. Además, en el curso se relacionan las capacidades individuales con competencias empresariales y ayuda a los estudiantes a entender las necesidades del entorno para generar ideas de negocio, para identificar oportunidades y estructurar los planes de negocio que ayudan a los estudiantes a crear empresas sostenibles y competitivas en los mercados nacionales e internacionales. Asimismo, este curso está diseñado para ayudarle a entender el significado del espíritu empresarial y emprendedor

Handwritten signature

Curso	INTERCULTURAL MANAGEMENT FOR INTERNATIONAL BUSINESS (*)
Área	Gestión
Ciclo	
Créditos	3
Requisito	-
Precedente	-
Sumilla	The globalization of national economies means that the world is becoming increasingly interdependent. Arising from international trade, there are countless interactions taking place between people of diverse cultures. One interaction mode involves traditional face-to-face and written communication, but another, newer mode is more complex and involves the use of technology: phone calls, emails, the internet and videoconferencing. Professionals who have vast experience in managing in-house, onsite corporate teams often lack the basic skills necessary for success in the virtual world. One of the strengths of a global virtual team is the range of knowledge and experience it can harness; this stems from the variety of professional as well as cultural backgrounds of its members. This course relates cross-cultural theories with management science. The methodology is that of a "blended course." The course offers students the opportunity to interact in virtual teams and to work in a collaborative learning environment with students and faculty from other countries through the use of forums and other on-line communication channels. The uniqueness of this course is that it offers students the opportunity to participate in Experiential Learning. This methodology involves their participation as members of international teams composed of students from partner universities in the United States, Japan, and China. Local classes using lectures and interaction via information communication technologies (videoconference, web chat) will be combined with synchronous and asynchronous web-based classes, which will utilize forums and social media.