

Especialización en Investigación de Mercados y del Consumo

Autor:
Germán Mauricio Rojas



UNIVERSIDAD EL BOSQUE

Facultad de Ciencias
Económicas y Administrativas
Facultad de Psicología

COMPONENTE	ÁREA DE CONOCIMIENTO
FUNDAMENTACIÓN	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS E INTELIGENCIA DE NEGOCIOS
	GERENCIA ESTRATÉGICA Y LIDERAZGO EMPRESARIAL
	INVESTIGACIÓN APLICADA
PROFUNDIZACIÓN	ÉNFASIS
	ELECTIVAS
CRÉDITOS	

ESPECIALIZACIÓN EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y DEL CONSUMO	
SEMESTRE I	SEMESTRE II
Marketing Analytics242	Mercados & Simulación Gerencial242
Consumidor I242	Consumidor II242
Investigación Cualitativa242	Fundamentos de Investigación242
Investigación Cuantitativa242	Estudio Básico de Mercados242
Pensamiento Estratégico242	
Contabilidad y Finanzas Empresariales242	
Marketing y Transformación Digital242	
Métodos de Investigación para la Toma de Decisiones242	Trabajo de Grado I242
	Electiva I242
	Electiva II242
	Electiva III242
16 CRÉDITOS	16 CRÉDITOS
TOTAL CRÉDITOS ESPECIALIZACIÓN : 32 CRÉDITOS	

LEYENDA:	Horas de Clase de la Asignatura
Nombre de la Asignatura	242
	Créditos de la Asignatura