

**RESOLUCIÓN DE PRESIDENCIA DEL DIRECTORIO
N°330-2019-PRES/DIRECTORIO-UPTelesup
Lima, 10 de abril de 2019**

VISTO:

El Acta de sesión de Directorio de la Universidad Privada TELESUP S.A.C. de fecha 10 de abril de 2019, y;

CONSIDERANDO:

Que, la Universidad Privada TELESUP, en adelante la Universidad, obtuvo autorización definitiva de funcionamiento por Resolución N° 573-2009-CONAFU de fecha 20 de noviembre de 2009, y cuenta con autonomía académica, económica, normativa, administrativa y de gobierno, al amparo de lo dispuesto en el artículo 18° de la Constitución Política del Perú y del artículo 8° de la Ley 30220, Ley Universitaria;

Que, el artículo 79° del Estatuto Universitario establece que "Las modalidades de estudio que se desarrollan en la Universidad Privada TELESUP son: presencial y semipresencial o a distancia. Siendo la primera la modalidad de estudios presencial la cual se desarrolla íntegramente en aulas físicas, dentro de los locales de la Universidad. Dentro de ésta tenemos: 1.- Presencial Clásica que es la modalidad que se desarrolla íntegramente en ambientes físicos, dentro de los locales de la Universidad en un período mínimo de 16 semanas por ciclo; 2.- Presencial Innovada es la modalidad que se desarrolla íntegramente en ambientes físicos, dentro de los locales de la Universidad en un período mínimo de 21 semanas por ciclo;

Que, la segunda modalidad de estudios, semipresencial o a distancia, está integrada por dos componentes: presencial y virtual, dentro de esta modalidad tenemos: 1.- Modalidad de Estudios Semipresencial o a Distancia por Plan Mixto la cual se desarrolla la modalidad semipresencial o a distancia en un plan de estudios que propone en un mismo ciclo la existencia del componente presencial y el componente virtual; es decir, en el ciclo el alumno desarrolla un porcentaje de clases presenciales y otro porcentaje de asistencia a través de la plataforma virtual, alcanzando entre ambos el desarrollo del íntegro de los créditos de acuerdo al plan de estudios, se desarrolla en un período mínimo de 21 semanas por ciclo; 2.- Modalidad de Estudios Semipresencial o a Distancia por Plan Continuo el cual consiste en el desarrollo de un plan de estudios que propone durante los cinco primeros ciclos (o seis primeros en caso de Derecho Corporativo) el desarrollo del componente virtual, asistido a través de una plataforma virtual, con tutores, material de lectura, material didáctico, foros, videoconferencias, etc.; y del sexto ciclo (o séptimo en caso de derecho corporativo) al décimo ciclo (o décimo segundo en caso de derecho corporativo) el desarrollo del componente presencial, con asistencia personal a clases en la infraestructura física de la Universidad, en el marco de lo señalado por la Ley Universitaria vigente, respecto al cumplimiento de horas y el sistema de créditos. Se desarrolla en un período mínimo de 16 semanas por ciclo;

Que, por Resolución N°173-2019-PRES/DIRECTORIO-UPTelesup de fecha 28 de febrero del 2019, se aprobó la modificación del Plan de Estudios del Programa de Marketing y Negocios Globales en su modalidad de estudios Presencial Clásica. Aplicable a partir del período académico 2019-I;

Que, la Dirección de Gestión Académica luego de una revisión posterior de los anexos de la resolución, emitió un informe sobre los hallazgos advertidos en los mismos; informe que fue remitido al Vicerrector Académico junto con la propuesta de modificación de los planes de estudios, para los fines pertinentes;

Que, el Vicerrector Académico informó al Rector lo advertido por la Dirección de Gestión Académica de la Universidad, asimismo hizo de conocimiento la propuesta de modificación del referido plan de estudios; en ese sentido el Rector presentó al Directorio la modificación del plan de estudios del Programa de Marketing y Negocios Globales en su modalidad de estudios presencial clásica, a fin de que éste lo eleve al Directorio, para su aprobación;

Que, conforme al artículo 48° inciso 16° del Estatuto Societario de la Universidad, el Directorio tiene como función y atribución aprobar los currículos de estudios y los planes de trabajo propuestos por las Facultades, Escuelas y demás unidades académicas, elevadas por el Rector;

**RESOLUCIÓN DE PRESIDENCIA DEL DIRECTORIO
N°330-2019-PRES/DIRECTORIO-UPTELESUP
Lima, 10 de abril de 2019**

Que, conforme al considerando precedente, el Directorio en su sesión de fecha 10 de abril de 2019 aprobó por unanimidad la modificación del Plan de Estudios del Programa de Marketing y Negocios Globales en la modalidad Presencial Clasica, el mismo que será aplicable a partir del período académico 2019-I;

Estando a las consideraciones precedentes y en uso de las atribuciones que confiere el Estatuto Societario de la Universidad, y al acuerdo de la sesión de Junta General Extraordinaria de Accionistas de la Universidad Privada TELESUP de fecha 10 de abril de 2019;

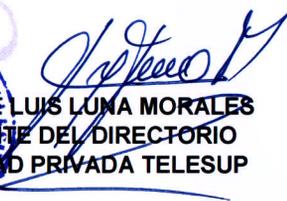
SE RESUELVE:

ARTICULO PRIMERO: APROBAR la modificación del Plan de Estudios del Programa de Marketing y Negocios Globales en la modalidad Presencial Clasica y que como anexo N° 01 forma parte integrante de la presente resolución.

ARTICULO SEGUNDO: APROBAR que la aplicación de los planes de estudios se ejecute a partir del período académico 2019-I.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE




MG. JOSÉ LUIS LUNA MORALES
PRESIDENTE DEL DIRECTORIO
UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP




LIC. LOURDES MORALES FERNÁNDEZ
SECRETARIA GENERAL
UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP

MALLA CURRICULAR

P11 MARKETING Y NEGOCIOS GLOBALES PRESENCIAL CLÁSICA

I CICLO	II CICLO	III CICLO	IV CICLO	V CICLO	VI CICLO	VII CICLO	VIII CICLO	IX CICLO	X CICLO
MATEMÁTICA BÁSICA CB-101	ANÁLISIS MATEMÁTICO CB-206	COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL AC-305	MATEMÁTICA FINANCIERA AC-401	ESTRATEGIA PROMOCIONAL CM-502	COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD E IMAGEN CORPORATIVA CM-604	INGLÉS I CM-702	INGLÉS II CM-802	INGLÉS III CM-901	ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE CS-1001
COMUNICACIÓN I CM-101	OFIMÁTICA EMPRESARIAL II IA-201	CONTABILIDAD GENERAL AC-306	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA CB-401	MARKETING INDUSTRIAL CM-503	MARKETING PERSONAL CM-601	MARKETING DE SERVICIOS CM-703	GESTIÓN DE LA CALIDAD CM-807	MARKETING POLÍTICO CM-902	ESTRATEGIAS DE NEGOCIACION AC-1002
FILOSOFÍA DH-102	REALIDAD PERUANA Y GLOBALIZACIÓN DH-202	DISEÑO GRÁFICO PARA MARKETING CM-304	MARKETING INTERNACIONAL CM-401	GESTIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES AC-502	GERENCIA DE VENTAS AC-610	GESTIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE AC-702	CANALES DE DISTRIBUCIÓN LOGÍSTICA AC-808	DEONTOLOGÍA PROFESIONAL DH-901	MARKETING RELACIONAL Y CRM CM-1002
METODOLOGÍA DEL TRABAJO UNIVERSITARIO DH-101	COMUNICACIÓN II CM-201	DISEÑO ORGANIZACIONAL DE PROCESOS AC-302	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR CM-403	MACROECONOMÍA AC-501	POLÍTICA DE PRECIOS AC-609	GESTIÓN DE MARCAS E INTANGIBLES AC-712	GERENCIA DE PRODUCTOS AC-810	SEMINARIO DE TESIS DH-902	INGENIERÍA COMERCIAL IA-1017
OFIMÁTICA EMPRESARIAL I IA-101	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA DH-201	MARKETING ESTRATÉGICO CM-301	MICROECONOMÍA AC-403	FINANZAS E INSTITUCIONES FINANCIERAS AC-506	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS AC-602	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES CM-701	COSTOS Y PRESUPUESTOS AC-804	GESTIÓN DE ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL AC-907	TRADE MARKETING CM-1006
INTRODUCCIÓN AL MARKETING CM-102	ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL AC-202	ECONOMÍA EMPRESARIAL AC-301	PSICOLOGÍA GENERAL CS-501	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO AC-605	GESTIÓN DE PROYECTOS AC-701	COMERCIO ELECTRÓNICO AC-811	ANIMACIÓN WEB PARA MARKETING CM-903	TALLER DE TESIS DH-1001	

