

Nivel de Licenciatura

Bloque	Código	Asignatura	Créditos	Requisitos
J	00455	Estrategia empresarial II	4	
	04016	Conducta del consumidor	4	
	04017	Decisiones publicitarias	4	
			12	
K	04018	Gestión de comercialización	4	04017
	00483	Administración del comercio internacional	3	
	04019	Relaciones públicas	4	
			11	
L	04011	Tendencias actuales del marketing	4	
	04020	Plan de mercadeo	4	04016
	04037	Gestión empresarial	4	00455
			12	
Opciones de graduación				
Tesis:				
M	09124	Investigación dirigida		
	09125	Trabajo final de graduación		
	Práctica Dirigida:			
	04107	Práctica Profesional Dirigida I		
	04116	Práctica Profesional Dirigida II		
Subtotal créditos nivel de Licenciatura			35	
Total créditos nivel de Bachillerato			140	
Total créditos nivel de Licenciatura			175	

Información adicional de la carrera

-  Profesor coordinador:
Dr. Fabio Sanabria Araya Ph.D.
-  Teléfono:
(506) 2527-2360
-  Correo electrónico:
fsanabria@uned.ac.cr
-  Atención a estudiantes:
Lunes y miércoles de 2:00 p.m. a 4:00 p.m.

Universidad Estatal a Distancia
Vicerrectoría de Docencia
Escuela de Ciencias de la Administración

Administración de Empresas
con énfasis en Mercadeo

Bachillerato y Licenciatura
Código 00035



Escuela de Ciencias de la Administración
 (506) 2224-6776



 <http://www.uned.ac.cr>
 @uned.cr

CIDREB-UNED, impreso en los Talleres Gráficos
de la Editorial UNED, San José, Costa Rica, 2025.



Presentación

Esta carrera busca formar los profesionales que demandan las empresas e instituciones. Para ello, la formación académica tiene una marcada orientación a la mercadotecnia, pues el objetivo es capacitar al personal para enfrentar los nuevos retos del siglo XXI y la situación actual de la economía costarricense.

Requisitos de admisión

- Título de bachiller en Educación Media o su equivalente, acompañado de dos fotocopias.
- Fotocopia de la cédula de identidad o su equivalente.
- Fotografía reciente tamaño pasaporte.
- Completar y entregar formularios con la información general que le solicita la UNED.

Requisitos para empadronamiento en la carrera

(Se aplica de conformidad con lo establecido en el artículo 11 del Reglamento General Estudiantil):

Bachillerato

Haber completado el plan de estudios de la carrera de diplomado en Administración de Empresas de la UNED.

Licenciatura

Contar con el grado de Bachillerato en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo de la UNED.

Los estudiantes que deseen ingresar con un título universitario obtenido en otra institución de educación superior deben solicitar un plan de nivelación, de conformidad con lo establecido en el artículo 11 del Reglamento General Estudiantil.

Habilidades y características deseables para el ingreso

- Creatividad, innovación y capacidad analítica para la tomade decisiones.
- Habilidad para desenvolverse con diversos canales de comunicación.
- Capacidad para relacionarse con otras personas.
- Habilidad en interpretación numérica, practicidad y proactividad.
- Capacidad de formular y ejecutar planes y programas con una visión analítica y estratégica.
- Capacidad de liderazgo y toma de decisiones a nivel estratégico, con un alto compromiso con la calidad y la habilidad para trabajar en equipo.
- Actitud ética en el desarrollo de su profesión.

Tareas típicas del estudiante

- Realiza tareas, proyectos de investigación, foros y debates.
- Participa en las tutorías presenciales y virtuales.
- Resuelve situaciones en las que implementa de manera concreta los conocimientos del área a los diferentes procesos mercadológicos.
- Planifica procesos de ventas, distribución, promoción y evaluación de las acciones propuestas.
- Interpreta con propiedad el comportamiento del entorno y sus tendencias.
- Participa en actividades en equipo.
- Formula estrategias y planes de mercadeo para productos y servicios.
- Resuelve situaciones en las que evalúa las variables que intervienen en la conducta del cliente y la pertinencia de las estrategias mercadológicas.
- Aplica habilidades para trabajar en contextos internos y capacidad para resolver problemas.

Perfil profesional

Nivel de Bachillerato

La persona egresada de este nivel estará en capacidad de participar en la elaboración de estrategias de mercadeo, dando los lineamientos generales de manejo de la mezcla de mercadotecnia, ejecutar labores técnicas administrativas específicas del área y participar en la realización de investigaciones que sirvan como base para la toma de decisiones.

Nivel de Licenciatura

La persona egresada de este nivel estará en capacidad de formular e implementar estrategias y planes de mercadeo para productos y servicios, de acuerdo con la estrategia general de la organización.

Opciones laborales

A nivel de Bachillerato, la persona egresada puede laborar como asistente de la gerencia de mercadeo, coordinadora o supervisora de investigaciones de mercado, tanto en organizaciones nacionales como internacionales.

A nivel de Licenciatura, puede desempeñarse en organizaciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, en puestos de alto nivel como gerente de mercadeo, consultor o asesor en el campo de la mercadotecnia, o bien, desarrollarse como gerente de su propia empresa.

Duración tiempo promedio graduación:

Bachillerato: 6 cuatrimestres

Licenciatura 3 cuatrimestres + 2 semestres para TFG

Nota: Total Bachillerato + Licenciatura es aproximadamente 4 años, iniciando con Título Diplomado. La duración anterior está sujeta al ritmo de estudio y cantidad de asignaturas matriculadas por periodo académico, compromisos laborales y posibilidades económicas del estudiante.

Nivel de Bachillerato

Bloque	Código	Asignatura	Créditos	Requisitos
O		Programa humanidades (seleccionar dos asignaturas)	6	
			6	
E	00245	Microeconomía	4	
	04014	Mercadeo II	4	
	04152	Marketing en las neurociencias	4	
	00453	Estrategia empresarial I	4	
			16	
F	04013	Métodos estadísticos para investigación	4	04014
	04100	Finanzas de mediano y largo plazo	4	
	04051	Mercadeo de servicios	4	
	00544	Macroeconomía	4	
			16	
G	00424	Administración de ventas	4	04014
	04103	Marketing digital	4	
	00420	Investigación de mercados	4	04057 / 04058
	04057	Métodos de Investigación Científica	4	
			16	
H	04123	Comunicaciones Integradas de Marketing	4	04057
	04058	Métodos de Investigación Cuantitativa	4	
	00535	Preparación y evaluación de proyectos	4	
			12	
I	04056	Métodos de Investigación Cualitativa	4	04057 / 04058
	04032	Mercadeo para el comercio internacional	3	
	04050	Emprendedurismo y plan de negocios	4	00535
			11	
Subtotal créditos nivel de Bachillerato			77	
Total créditos nivel de Diplomado			63	
Total créditos nivel de Bachillerato			140	

(*) Para matricular Métodos de Investigación Cuantitativa se debe haber aprobado Métodos de Investigación Científica. Para matricular Métodos de Investigación Cualitativa se debe haber aprobado Métodos de Investigación Cuantitativa.