



UNIVERSIDAD NACIONAL  
MULTIDISCIPLINARIA  
RICARDO MORALES AVILÉS



# Marketing

## Misión

Formar profesionales integrales con competencias científicas, técnicas y compromiso social humanístico; generar conocimientos desde una perspectiva multi, inter y transdisciplinaria en correspondencia con las demandas de las personas, las familias y comunidades del país, en el contexto político, social, ambiental y económico.

## Visión

La Universidad Nacional Multidisciplinaria Ricardo Morales Avilés, es una Universidad pública acreditada, de referencia nacional en la formación de profesionales de pregrado, grado y posgrado, sustentada en los principios éticos y en un modelo educativo centrado en la persona, la familia y la comunidad, que aporta al desarrollo humano, social, ambiental, económico, tecnológico y multi e intercultural por medio de la generación de conocimiento y en correspondencia con las necesidades nacionales y regionales.



# Plan de Estudios

I

**Año académico**

## **I Semestre**

- Curso de Identidad Nacional y Orgullo Patrio
- Inglés I
- Historia e Identidad Nacional
- Contabilidad I
- Pensamiento Matemático para la Administración
- Introducción al Marketing

## **II Semestre**

- Inglés II
- Ofimática
- Taller de Lectura y Redacción
- Contabilidad II
- Administración I
- Producto, Bienes y Servicios

II

**Año académico**

## **III Semestre**

- Inglés III
- Derecho Empresarial
- Administración II
- Contabilidad de Costos
- Análisis Económico
- Métodos y Técnicas de Fijación de Precios

## **IV Semestre**

- Derecho Laboral
- Estadística
- Matemática Financiera
- Técnicas de Investigación Documental
- Psicología del Consumidor
- Distribución Mercadológica

# Área de Conocimiento Ciencias Económicas y Administrativas

III

**Año académico**

## **V Semestre**

- Técnicas de Elaboración de Presupuestos y Costos
- Finanzas I
- Metodología de la Investigación
- Filosofía
- Gestión del Talento Humano
- Comunicación Mercadológica

## **VI Semestre**

- Finanzas II
- Sociología Empresarial
- Fundamentos Interculturales para la Paz
- Técnicas Elementales de Ventas
- Administración Publicitaria y Relaciones Públicas
- Marketing Detallista

IV

**Año académico**

## **VII Semestre**

- Investigación de Operaciones
- Gestión Metacognitiva del Desempeño Profesional
- Pensamiento Creativo, Emprendimiento e Innovación
- Comercio Electrónico
- Administración del Área de Ventas
- Marketing Internacional I

## **VIII Semestre**

- Ética Profesional
- Investigación de Mercados I
- Atención al Cliente y Control de Calidad
- Cadena de Suministro y Abasto
- Marketing Agroindustrial
- Marketing Internacional II

V

**Año académico**

### **IX Semestre**

- Formulación y Evaluación de Proyectos
- Marketing de Servicios
- Investigación de Mercados II
- Planificación Estratégica de Marketing
- Prácticas Profesionales
- **Modalidad de Graduación**



Modalidad  
**Semipresencial o  
por encuentro**



Turno

- **Sabatino**
- **Dominical**



• CUR



**Masaya**



4 años y  
**1 semestre**

**Presencial**



• **Matutino**



**Carazo**

**Semipresencial o  
por encuentro**



• **Sabatino**



**Carazo**

**Presencial**



• **Matutino**



**Granada**

“  
Estamos en el camino.  
**Después** del  
*Primer Paso*  
no pararemos de andar  
**Jamás**”