

# U



**UDH**  
UNIVERSIDAD DE HUANUCO  
<http://www.udh.edu.pe>

# D

**CURRÍCULO Y PLAN DE ESTUDIOS 2016  
DE LA ESCUELA ACADÉMICO DE  
MARKETING Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**P14**

# H

**2016**

**RATIFICADO CON RESOLUCION Nº 617-2016-R-CU-UDH**

**07 DE JUNIO DE 2016**



UDH  
http://www.edh.edu.pe

# UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

LEYES N° 25049-26886

## RESOLUCIÓN N° 807-2018-R-UDH.

Huánuco, 15 de octubre de 2018

Visto, las Resoluciones de Consejo Universitario del N° 1390-2016-R-CU-UDH al N° 1410-2016-R-CU-UDH; y

### CONSIDERANDO:

Que, el Estado reconoce la autonomía universitaria. La autonomía inherente a las universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la Ley N° 30220 y demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en lo administrativo, implica la potestad autodeterminativa para establecer los principios, técnicas y prácticas de sistemas de gestión, tendientes a facilitar la consecución de los fines de la institución universitaria;

Que, mediante Resoluciones de Consejo Universitario del N° 1390-2016-R-CU-UDH, de fecha 18/11/2016 al N° 1410-2016-R-CU-UDH de fecha 18/11/2016, se aprueban los acuerdos tomados en sesión de Consejo Universitario de fecha 25/11/2016;

Que, es de advertirse que en las mencionadas Resoluciones se consigna erróneamente la fecha de expedición, cuando la fecha correcta de expedición es "28 de noviembre de 2016";

Que, el artículo 201 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, establece que los errores material o aritmético en los actos administrativos pueden ser rectificadas con efecto retroactivo, en cualquier momento, de oficio o a instancia de los administrados, siempre que no se altere lo sustancial de su contenido ni el sentido de la decisión; asimismo, establece que la rectificación adopta las formas y modalidades de comunicación o publicación que corresponda para el acto original;

Que, siendo que el error en que se ha incurrido en las Resoluciones de Consejo Universitario del N° 1390-2016-R-CU-UDH al N° 1410-2016-R-CU-UDH, constituye un error material que no altera lo sustancial de su contenido, corresponde su rectificación, conforme a lo dispuesto en la Ley N° 27444;

Que, de conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General; con el visado del Secretario General y de la Oficina de Asesoría Jurídica; y

Estando a las atribuciones inherentes al cargo de Rector y lo normado en el Estatuto de la Universidad de Huánuco, con cargo a dar cuenta al Consejo Universitario,

### SE RESUELVE:

**Artículo primero.- RECTIFICAR** de oficio el error material incurrido en la Resolución de Consejo Universitario del N° 1390-2016-R-CU-UDH al N° 1410-2016-R-CU-UDH, en el extremo de la fecha de expedición que dice "Huánuco, 18 de noviembre de 2016", debiendo decir "Huánuco, 28 de noviembre de 2016".

**Artículo segundo.-** Mantener subsistentes los demás extremos de las Resoluciones de Consejo Universitario del N° 1390-2016-R-CU-UDH al N° 1410-2016-R-CU-UDH.

Regístrese, comuníquese y archívese.



Dr. Carlos O. Meléndez Martínez  
SECRETARIO GENERAL (E)



Dr. José A. Beraún Barrantes  
RECTOR

Distribución: Rectorado/Vicerrect.Acad./DGAdm./Facultades/R.Informática/Archivo.

## CONTENIDO

### PRESENTACIÓN

El currículo y Plan de estudios del Programa Académico de Marketing y Negocios Internacionales ha sido diseñado con el objetivo de que los futuros profesionales en Marketing y Negocios Internacionales adquieran una formación sistémica y completa desarrollando con ellas sus habilidades, competencias y destrezas necesarias para desarrollarse, tanto en lo científico, tecnológico y humanístico, para que puedan integrarse con éxito en las organizaciones del mundo actual y globalizado; considerando además, el carácter competitivo que deben poseer para destacar en el campo profesional.

Asimismo se cuenta con una moderna infraestructura y tecnología avanzada que hacen solida nuestra formación profesional y para cumplir con tal objetivo, se han considerado tres Tipos de estudios: estudios generales, estudios específicos, estudios de especialidad, asimismo los cursos electivos **(I, II y III)** considerados en el **VIII, IX y IX** ciclo, un taller formativo que debe de participar el estudiante en forma obligatoria como requisito para su graduación, con sus correspondientes asignaturas obligatorias y los créditos respectivos.

Los contenidos temáticos de las asignaturas comprendidas en los estudios especializados han sido seleccionadas teniendo en consideración los Tipos de estudios de especialización que tiene el Programa Académico, es así que en la especialidad de Gestión de Mercados se han considerado los cursos de Investigación de Mercados, Ideas de Negocios, Planes de Negocios de Exportación, Inteligencia de Mercados. En la especialidad de Gestión de Marketing se han considerado los cursos de Marketing, Gerencia de Producto y Publicidad, Taller de Diseño Digital, Marketing Internacional y en la Especialidad de Gestión de Exportaciones se han considerado los cursos de Comercio Internacional, Canales de Distribución, Estrategias de Negocios de Exportación y Comercio Electrónico.

Las prácticas pre profesionales I y II, tienen la finalidad de que los estudiantes se inicien en el ejercicio de la profesión aplicando los conocimientos teórico – prácticos adquiridos en su formación académica y a su vez adquieran las destrezas en la toma de decisiones y en la solución de problemas en las organizaciones.

## 8.3 MALLA CURRÍCULAR

