

PROGRAMAS		Áreas y procesos	Número Créditos
<b>SEMESTRE I</b>	Fundamentos de Psicología del Consumidor	Fundamentación	4
	Estrategias de marketing centradas en el consumidor	Profesional	4
	Enfoques y Procesos de Investigación del Consumidor	Metodología	3
	Electiva I	Profundización	2
<b>SEMESTRE II</b>	Perspectivas Socioculturales del Consumo	Fundamentación	3
	Gestión del Valor al Cliente	Profesional	3
	Métodos y técnicas de Investigación del Consumidor	Metodología	3
	Electiva II	Profundización	2
<b>Total de créditos</b>			<b>24</b>