UNIVERSIDAD DEL MAR
CALIDAD HUMANA



Técnicas avanzadas del marketing moderno

Maestría en Dirección de Marketing

INDICE

1. Introducción
2. Objetivos
3. A quien va dirigido
4. Perfil del egresado
5. Expectativas ocupacionales del egresado
6. Requisitos de admisión
7. Directora del programa
8. El valor de nuestra titulación
9. Duración y régimen de estudio
10. Programa académico
11. Material de estudio
12. Cuerpo de docentes
13. Calendario académico
14. Costos y formas de pago



MKT

INTRODUCCIÓN

El empresariado y los directivos en las empresas deben tomar, continuamente, decisiones que exigen formular análisis estratégicos y predicciones sobre situaciones a veces de gran complejidad y por lo general sometidas a cambios rápidos del entorno, bajo la presión de una fuerte competencia en los distintos sectores industriales, que exigen viabilidad, desarrollo y crecimiento de las unidades económicas.

Cada día cobra más importancia el que las empresas puedan adaptarse a entornos que cambian a diario, con una inusitada turbulencia y un grado de incertidumbre notable.

La Maestría en Dirección de Marketing aporta los conocimientos, herramientas y praxis necesarias para construir profesionales renovados no sólo en cuanto a la actitud y a la inteligencia con la cual deberán abordar y solucionar los diferentes problemas generados desde el mercado y desde el interior de sus organizaciones. También desarrollarán sus habilidades y capacidades para actuar de manera proactiva en la construcción de iniciativas y búsqueda de mercados donde desarrollarlas con éxito

OBJETIVOS

La Maestría en Dirección de Marketing de la Universidad de Mar, tiene como propósito principal la formación humana y técnica de los profesionales participantes, en base a sólidos conocimientos en las más recientes herramientas para la gestión comercial, entregando las técnicas, conceptos y modelos más avanzados del marketing moderno, de modo que sean capaces de adaptarse a las tendencias y exigencias de mercados cada vez más competitivos y desafiantes.

A QUIEN VA DIRIGIDO

El participante es un profesional del área comercial, marketing, ventas a nivel de gerencias, jefaturas, product manager, publicistas y profesionales independientes. No es necesario tener conocimientos previos, por tanto este programa también puede ser cursado por profesionales de diversa formación universitaria o área del conocimiento y con experiencia laboral en posición de responsabilidad dentro de su empresa.

PERFIL DEL EGRESADO

Al finalizar el curso el participante será capaz de:

- Adaptarse al cambio continuo y a la innovación tecnológica en el mercado.

- Elaborar y Dirigir planes estratégicos y operativos en la alta dirección de la empresa.

- Liderazgo de trabajo en equipo.

- Tomar decisiones en función del análisis crítico y capacidad de abstracción.

- Identificar, analizar y Solucionar problemas

- Innovar Decisiones, planes y/o productos o servicios demandados por el mercado

- Aplicar los principios más relevantes para la formación y dirección de equipos de comercialización y diseñar una estrategia apropiada de mercadeo.

EXPECTATIVAS OCUPACIONALES DEL EGRESADO

El estudiante egresado tendrá toda la formación y competencias para desempeñarse como:

- Gerente o Director de Marketing de cualquier empresa.

- Asesor o Consultor Independiente

- Director de Imagen Institucional

- Agencias propias de Mercadeo y Publicidad.

REQUISITOS DE ADMISIÓN

Los requisitos exigidos en los programas de magíster de la Universidad del Mar son los siguientes:

- **Formulario de Admisión debidamente llenado.**

- **Fotocopia del diploma Académico o del certificado de título legalizado ante Notario de Fé Pública o por la Universidad en la cual fue expedido.**

- **Fotocopia del documento de Identidad.**

En primera instancia y para la postulación estos documentos pueden ser escaneados, una vez admitido el estudiante deben ser enviados físicamente a la universidad.

DIRECCIÓN DEL PROGRAMA

Dra. Gladys Goiry Medel



Investigadora Científica ante la Comunidad Europea (DEA), Dra(C). en Economía y Administración de Empresas de la Universidad de Sevilla con primera Maestría en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Santiago de Chile, con segunda Maestría en Administración y Dirección de Recursos Humanos de la Universidad de Santiago de Chile, con amplia experiencia en las áreas de dirección y gestión empresarial en el ámbito de la gestión pública.

Además, desempeña funciones Docente en Pre y Post Grado en importantes Universidades Públicas y Privadas, tanto en Chile como en Bolivia y Brasil. Es representante en Chile de la Consultora Internacional de Estudios Avanzado SENSU Ltda. (Consultora Brasilera), así como también del Instituto Internacional de Rehabilitación de Nilton Petrone (Brasil). Fue Subdirectora del Magíster de Administración y Dirección de Empresas del MADE-MBA de la USACH y Coordinador Académico del Magíster de Administración y Dirección de Empresas del MADE-MBA de la USACH.

EL VALOR DE NUESTRA TITULACIÓN

Grado académico otorgado: Magíster en Dirección de Marketing, expedido oficialmente por la Universidad del Mar (Chile), cuyo reconocimiento es internacional.

Los países en Convenio sobre Reconocimiento de Títulos con Chile son:

- Tratado Bilateral: Brasil, Colombia, Ecuador, España, Uruguay.

- Tratado Multilateral: Bolivia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Perú.

La Universidad del Mar es Autónoma y se encuentra certificada ante la Comisión Nacional de Acreditación (Organismo dependiente del Ministerio de Educación de Chile)

Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile

DURACIÓN Y RÉGIMEN DE ESTUDIO

La Maestría en Dirección de Marketing tiene una duración de 18 meses incluyendo el Proceso de Graduación.
Esta compuesta por: 10 módulos o materias y cada uno de ellos se desarrolla en un periodo de 5 semanas.

Adicionalmente se considera al inicio del programa un curso de inducción al modelo online y campus virtual con duración de una semana y una semana de receso al concluir cada materia o módulo.

El régimen de estudio semanal es en promedio de 15 horas, esta carga horaria puede variar en función a la experiencia del alumno en la temática de la materia o módulo en curso.

PROGRAMA ACADÉMICO

La Maestría en Dirección de Marketing esta compuesta por los siguientes contenidos:

1.- Marketing Gerencial

MKT-111 Marketing Gerencial
MKT-112 Marketing Relacional y Fidelización de Clientes
MKT-113 Comunicación Estratégica
MKT-114 Investigación de Mercados
MKT-115 Marketing Internacional

2.- Marketing Aplicado

MKT-211 Decisiones de Productos y de Precios
MKT-212 Decisiones de Promoción, Publicidad y Merchandising
MKT-213 Decisiones de Canales y Distribución
MKT-214 Dirección de Ventas
MKT-215 E-Marketing y Nuevas Tecnologías

3.- Proceso de Graduación

El proceso de graduación tiene una duración de 15 semanas (se realiza íntegramente en modalidad online) y está dividido en las siguientes etapas:

1. Conformación de Grupo de Trabajo.
2. Planificación de Plan de Trabajo.
3. Elaboración de Plan de Trabajo.
4. Defensa Oral Plan de Trabajo (Se realiza a través de videoconferencia)

MATERIAL DE ESTUDIO

iPad 2 más libros en formato digital.
La tecnología más avanzada para apoyar el proceso de capacitación.

Todos los alumnos matriculados en el Programa, recibirán un iPad con Wi-Fi y 3G más los EBooks y el software necesario para desarrollar eficiente el proceso de formación.



MATERIAL DE ESTUDIO

MKT – 111 Marketing Gerencial



Título: Dirección de Marketing - 12 ed
Autor: Philip Kotler
ISBN: 9702607639
Páginas: 816
Año de publicación: 2006

MKT– 112 Marketing Relacional y Fidelización de Clientes



Título: Como Mejorar las Relaciones con Nuestros Clientes
Autor: Ronald S. Switft
ISBN: 9702601924
Páginas: 479
Año de publicación: 2002

MKT – 113 Comunicación Estratégica



Título: Relaciones Publicas Estrategias y Tácticas 8va edición
Autor: Dennis L- Wilcox
ISBN: 9788420550350
Páginas: 783
Año de publicación: 2006

MKT – 114 Investigación de Mercados



Título: Investigación de Mercados - 5ta Edición
Autor: Naresh K. Malhotra
ISBN: 9789702611851
Páginas: 811
Año de publicación: 2008

MATERIAL DE ESTUDIO

MKT – 115 Marketing Internacional



Título: Marketing Internacional - 5ta Edición
Autor: Warren J. Keegan
ISBN: 9786074423396
Páginas: 644
Año de publicación: 2009

MKT-211 Decisiones de Producto y de Precios



Título: Estrategia y Tácticas de Precios - 3ra Edición
Autor: Thomas T. Nagle
ISBN: 9788420535616
Páginas: 430
Año de publicación: 2009

MKT-212 Decisiones de Promoción, Publicidad y Merchandising



Título: Publicidad Principios y Prácticas 7ma. edición
Autor: Wells, Moriaty, Burnett
ISBN: 9702610877
Páginas: 592
Año de publicación: 2007

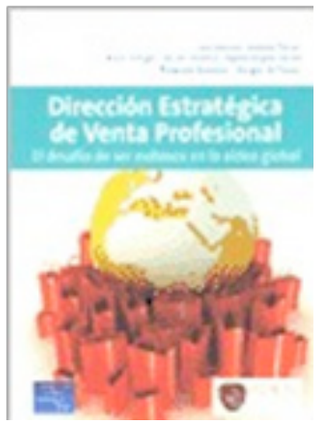
MKT-214 Decisiones de Canales y Distribución



Título: Comercialización y Retailing
Autor: Ma. Dolores de Juan Vigaray
ISBN: 98420543721
Páginas: 398
Año de publicación: 2005

MATERIAL DE ESTUDIO

MKT-215 Dirección de Ventas



Título: Dirección Estratégica de Venta Profesional
Autor: Fabián Pérez
ISBN: 9789876150590
Páginas: 295
Año de publicación: 2009

MKT-215 Marketing y Nuevas Tecnologías



Título: E-commerce Negocios, Tecnología y Sociedad - 4ta Edición
Autor: Kenneth C. Laudon
ISBN: 9786074420494
Páginas: 809
Año de publicación: 2010

CUERPO DE DOCENTES

Gladys Goiry Medel (Chile)



Investigadora Científica ante la Comunidad Europea (DEA), Dra(C). en Economía y Administración de Empresas de la Universidad de Sevilla con primera Maestría en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Santiago de Chile, con segunda Maestría en Administración y Dirección de Recursos Humanos de la Universidad de Santiago de Chile, con amplia experiencia en las áreas de Marketing Integrado, Auditoria de Marketing, Dirección y Gestión Empresarial, tanto en el ámbito de la gestión pública como privada.

Además, desempeña funciones Docentes y Académicas de Post Grado en importantes Universidades Públicas y Privadas, tanto en Chile como en Bolivia y Brasil, dictando las cátedras de Administración de Marketing, Política y Estrategia Comercial y Cambio Organizacional, Administración de Mercado y Política de Productos, Marketing Estratégico, Franchising, Marketing I, La Herramienta del Marketing como Nexo en la Empresa, Marketing Industrial, Comercialización II, Gestión Estratégica, Marketing Relacional, Auditoria de Marketing y Profesor Guía y Coordinador de Investigaciones de Seminarios y Proyectos de Título, tanto a nivel de Pre y Post-Grado en el área del Management .

Es representante en Chile de la Consultora Internacional de Estudios Avanzado SENSU Ltda. (Consultora Brasilera), así como también del Instituto Internacional de Rehabilitación de Nilton Petrone (Brasil). Ex - Subdirectora del Magíster de Administración y Dirección de Empresas del MADE-MBA de la USACH y Coordinador Académico del Magíster de Administración y Dirección de Empresas del MADE-MBA de la USACH.

Patricia Huerta Arias (Chile)



Magíster en Administración y Dirección de Empresas, MBA, de la Universidad de Santiago de Chile, Diploma en Administración y Dirección de Proyectos de la Pontificia Universidad Católica de; Diploma en Negociación Internacional, Diploma Normas y Metodologías Aplicadas a Impacto Ambiental, estudios de Ingeniería Eléctrica, Profesora de Física y Matemática.

Académico con amplia experiencia en la administración de recursos financieros y humanos, ha participado activamente en la administración de proyectos, desde su generación, evaluación, puesta en marcha, gestión, control de sus recursos y entrega; además ha realizado diversas actividades de capacitación en centros universitarios como la Universidad Andrés Bello.

Coordinadora de Talleres de Habilidades Gerenciales para el MBA de la Universidad de Santiago. Responsable directa de la implementación de Talleres orientados a mejorar las habilidades gerenciales de los candidatos a MBA.

Participación en el proceso de acuerdos de intercambio y acercamiento en calidad de Asesora en reuniones y coordinación de los representantes de MBA de la Universidad de Santiago con la Universidad de León, en México y representantes de la Universidad de Bío-Bío con Guelph University, en Toronto, Canadá y otras de carácter comercial y privado en estos países.

Investigadora y colaboradora en las materias para la edición del libro “Creatividad y nuevas aventuras empresariales”, Carlos René Lagos y Tomas Grandjean, Ed. Conosur, 1999.

CUERPO DE DOCENTES

Ilse Klapp González (Chile)



Ingeniera Civil Industrial de la Universidad del Bío Bío, Magíster en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica Federico Santa María, Diplomado en Gestión de Proyectos de la Universidad de Chile Con experiencia en Evaluación de Proyectos, Estudios de Mercado y Docente en Gestión de Operaciones y Logística, Finanzas y Economía. Se destaca por una actitud proactiva y colaborativa para trabajar en equipo, negociar y obtener cooperación de sus pares y de otras áreas.

Académica de la Facultad de Ingeniería del Departamento de Industrias y Departamento Electrónico. Dicta clases a los alumnos de las carreras de Ingeniería Ejecución y Civil Industrial en las siguientes asignaturas: Tópicos Modernos de Logística Empresarial, Gestión de Operaciones I y II y Procesos Industriales II. Dicta clases a los alumnos de la carrera de Ingeniería Civil Electrónica en la asignatura de Administración de la Producción.

Coordinadora del área de Operaciones, participa en la elaboración de los programas y además profesor guía y corrector de las tesis de los alumnos de Ingeniería Civil Industrial Diurno y Vespertino.

David Orellana Daube (Chile)



Candidato Doctor en Relaciones Internacionales, IDEA, USACH (Universidad de Santiago de Chile) MBA, Magister en Administración y Dirección de Empresas, USACH Ingeniero Comercial, Licenciado en Administración de Empresas, USACH Electrónico, Universidad Técnica Federico Sta. María, Valparaíso – Chile.

Amplia experiencia académica. Director de Postgrado: Administración Estratégica en Educación Universidad de Santiago de Chile. (1998 al 2008), Gestión Internacional de Empresas, USACH (2000-2008)

Director Diplomado Apyme: Universidad Arcis, Santiago, desde 2005.
Conferencista/Expositor: Universidad de Santiago de Chile; Universidad Internacional SEK; Universidad Marítima de Chile; Academia de Guerra de la Armada de Chile; Asexma Chile; Universidad Católica del Norte; Indura SA; Universidades en Bolivia y Colombia; Zonda International, Rechina; SENA, Colombia.

Director de Postgrado: Administración Estratégica en Educación Universidad de Santiago de Chile. (1998 al 2008), Gestión Internacional de Empresas, USACH (2000-2008)
Consultor/Asesor: Sercotec, Asexma Chile; Cepri; BID; Innovo USACH.

CUERPO DE DOCENTES

José C. Daccach (Colombia)



Magister en Mercadeo, Administración de Empresas y Sistemas de Información (Georgia Institute of Technology). Especialista en Planeación Estrategica de Tecnología Informática y en su aplicación para logros de ventajas competitivas y valor agregado. En el transcurso de su vida laboral, fué socio fundador de una Casa de Software, trabajó en IBM de Colombia en la estructuración de los canales comerciales, implementó calidad total y justo a tiempo en una fabrica textil, fué gerente de Planeación del ISP más grande del país, y Gerente General de un ISP focalizado en atención de clientes corporativos.

Más de 16 años como consultor empresarial en la aplicación estratégica de tecnologías informáticas, comercio electrónico, gerencia de proyectos, y planes de continuidad. Consultor para empresas como Monstanto, Carvajal S.A., Carpak S.A., Johnson & Johnson Colombia S. A., Coomeva, Cámara de Comercio de Cali, Centro Internacional de Agricultura Tropical, Colgate S.A., Colombina S.A., entre otros. Profesor Universitario en Diplomados y Postgrados en EAFIT, ICESI, Pontificia Universidad Javeriana, entre otras. Conferencista Internacional. Autor y Editor de El Reporte DELTA, DELTA Tips, Joyas DELTA y Artículos DELTA con más de 150,000 suscriptores.

Ariel Galleguillos López (Chile)



Dr © en Economía y Administración de Empresas con especialización en Marketing Relacional de la Universidad de Sevilla – España (Tesis Doctoral en etapa de estudio de campo), Diploma en Estudios Avanzados (DEA) que le otorga el nivel de Investigador Científico reconocido por la Comunidad Europea, con Maestría en Administración de Empresas (MBA), con especialización en RR.HH. de la Universidad de Chile, con Diplomado en Administración de Empresas y Negocios del Instituto de Estudios Superiores ChileDuc, con estudios de pre-grado en Ingeniería Eléctrica, obteniendo el Título de Ingeniero Civil en Electrónica y Telecomunicaciones de la Universidad Técnica del Estado (USACH), con sólidos conocimientos y experiencias en las áreas de comercialización, control de gestión, evaluación y gestión de proyectos, programación y computación con manejo de bases de datos a nivel de usuario, estrategia empresarial, marketing relacional, innovación tecnológica en e-business, comunicaciones a nivel de networking, telecomunicaciones a nivel de RF y Volp y administración de equipos de trabajo por objetivos, entre otras. Además, desempeña funciones docentes en Pre y Post Grado en importantes Universidades Públicas y Privadas, tanto en Chile como en Bolivia, en las áreas de comercialización, administración e ingeniería eléctrica.

En sus 31años de ejercicio de la profesión, ha desempeñado cargos desde Ingeniero de diseño de dispositivos, sistemas y procesos, hasta cargos ejecutivos en el ámbito de la Ingeniería, Producción, Operaciones y Comercialización.

Producto de la especialización a nivel de Magister, ha desarrollado proyectos de Innovación Tecnológica centrados en el área comercial, en lo relativo a la incorporación mixta de tecnología de telecomunicaciones e informática para la atención y desarrollo de clientes. Por otra parte, los estudios de Doctorado le han permitido profundizar conocimientos en el ámbito del Marketing Relacional, implementando diversos proyectos con tecnología CRM.

CUERPO DE DOCENTES

Ignacio Landeros Moreno (Chile)



- Magister en Administración y Dirección de Empresas MBA, Universidad de Santiago de Chile
- Diplomado en Administración General de Empresas, Universidad de Santiago de Chile
- Diplomado en Consultoría Medio Ambiental, Universidad de Santiago
- Licenciado en Ciencias de la Ingeniería, Universidad de Atacama
- Ingeniero Civil Industrial, Universidad de Atacama

Analista Químico mención fármacos y alimentos, Universidad Tecnológica de Chile

Miguel Ángel Panadés Sepúlveda (Chile)



- Magíster en Administración y Dirección de Recursos Humanos
- Grado Académico de Licenciatura en Administración Superior
- Ingeniero (E) en Prevención de Riesgos, con Mención en Seguridad Privada
- Diplomado en Administración
- Curso de Capacitación, Dirección y Supervisión de Personal
- Auditoría y Sistemas de Gestión Integral
- Comunicación, Auxilio en Siniestros y Seguros
- Diplomado en Sistemas de Seguridad Integral
- Curso Herramientas para el Diseño y Gestión de Proyectos

Camilo Acevedo (Chile)



MBA en Marketing y Gestión Comercial, Especialización Marketing de Fidelización de Clientes, es Ingeniero Comercial, Licenciado en Ciencias en la Administración de Empresas. En el campo docente, es Profesor Coordinador del Magister en Economía Energética de la Universidad Federico Santa María. 8 años como Docente par-time en Programas de Pregrado, Diplomados y Programas de Continuidad de Estudios; Consultor de Programas de Educación a Distancia; Gestor y Director de Programas de Continuidad de Estudios.

Jose Luis Silva Munar (Chile)



Profesional con 16 años de experiencia laboral en distintas áreas de empresas nacionales.

Especialista en Gestión de Recursos Humanos, marketing, dirección estratégica, control de gestión, aplicación de la normativa contable en la preparación y emisión de estados financieros. Demuestra habilidad en el análisis y confección de reportes de gestión, de negociación, liderazgo y criterio comercial. Dominio en el manejo en equipos de trabajo y en las relaciones interpersonales, proactivo y autónomo. Los últimos 5 años ha estado relacionado con la gestión académica desarrollando conocimiento del área. De profesión Contador Público Auditor y Master en Recursos Humanos, y con capacidad de desenvolverse en cualquier área de la organización.

CUERPO DE DOCENTES

Teresa Aguilera Fuentes (Chile)



Magíster en Comunicación Estratégica y Licenciada en Comunicación Social de la Universidad del Pacífico.

Coordinadora Académica de la Escuela de Publicidad de la Universidad del Pacífico. Destacada labor docente en la Escuela Publicidad de la Universidad del Pacífico y Universidad Mayor en áreas de Investigación del Consumidor, Planificación de medios de Comunicación y Comunicación Estratégica.

Ha coordinado y guiado diversas investigaciones en el ámbito del Marketing, especialmente desde la perspectiva del Conocimiento del Consumidor y su relación con las Marcas con alumnos de Publicidad y Magíster en Comunicación Estratégica.

Más de 18 años de experiencia en importantes Agencias de Publicidad Nacionales y Transnacionales. Participó en la planificación estratégica y la optimización de los recursos para la Comunicación en Medios de Publicidad Masiva y Publicidad Directa con marcas de diversos rubros, tanto nacionales como internacionales.

Mgs.Paulina Monares Ramírez (Chile)



Ingeniero Comercial mención Administración con Magíster en Administración y Dirección de Empresas; Diplomado en Política Exterior, Comercio y Diplomacia ambos de la Universidad de Santiago de Chile.
Trabaje en educación, capacitación, desarrollo personal, comercio exterior, ventas, postventa, marketing y logística en las áreas de distribución, comercio y servicios educacionales.

Docente de: administración, economía, marketing, administración de recursos humanos y técnicas de negociación. Consultor para el Programa de Apoyo a la Microempresa Ruralde América Latina y el Caribe (PROMER) y el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) organizaciones dedicadas a trabajar en proyectos sociales. PROMER Y FIDA son agencias de Naciones Unidas.

Autor: “Manual de Gestión de Nuevos Negocios para la Microempresa Rural”, serie de instrumentos técnicos para la microempresa rural. Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola y PROMER.

CALENDARIO ACADÉMICO

Módulo	Tutor	Nac.	Fecha Inicio	Fecha Final
Inducción al Campus Virtual	Ing. Juan Pablo Terán S.	Bo	04/jul/2012	10/jul/2012

Primer Periodo - Marketing Gerencial

Marketing Gerencial	MBA Camilo Acevedo Mgs. Paulina Monares	Ch	18/jul/2012	21/ago/2012
Investigación de Mercados	Mgs. Ilse Klapp	Ch	29/ago/2012	02/oct/2012
Comunicación Estratégica	Mgs. Teresa Aguilera	Ch	10/oct/2012	13/nov/2012
Marketing Internacional	MBA David Orellana	Ch	14/nov/2012	18/dic/2012
Marketing Relacional y Fidelización de Clientes	Dr. Ariel Galleguillos López	Ch	16/ene/2013	19/feb/2013

Segundo Periodo - Marketing Aplicado

Decisiones de Productos y de Precios	Mgs. José Luis Silva	Ch	27/feb/2013	02/abr/2013
Decisiones de Promoción, Publicidad y Merchandising	Mgs. José C. Daccach	Co	10/abr/2013	14/may/2013
Decisiones de Canales y Distribución	Mgs. Patricia Huerta	Ch	22/may/2013	25/jun/2013
Dirección de Ventas	Mgs. Ignacio Landeros Moreno	Ch	03/jul/2013	06/ago/2013
E-Marketing y Nuevas Tecnologías	Mgs. Miguel Angel Panadés	Ch	14/ago/2013	17/sep/2013

Proceso de Graduación

25/sep/2013	18/feb/2014

COSTOS Y FORMAS DE PAGO

El precio total de la Maestría es de 5,950 US$ (Cinco mil novecientos cincuenta dólares de los Estados Unidos de América), a depositarse en las cuentas bancarias autorizadas por la Universidad del Mar.

Podrá pagar su inscripción en los programas Online con una Tarjeta de Crédito o a través de una transferencia bancaria desde el exterior, de acuerdo a los procedimientos que le detallamos a continuación:

Opción 1. Pago con Tarjeta de Crédito

Podrá pagar con cualquier tarjeta de crédito internacional.



2Checkout.com, Inc. es la solucion global de e-commerce de UOnline.cl

Opción 2. Pago con Transferencia Bancaria

ALUMNOS NO RESIDENTES EN CHILE	ALUMNOS RESIDENTES EN CHLE
Nombre del Banco: UBS AG Dirección del Banco: Postfach 8098 Zurich - Suiza Tel. del Banco: +41 44 271 11 11 SWIFT: UBSWCHZH80A Beneficiario: Fundacion UVirtual Cuenta No.: CH5800206206110913 61L Moneda: Dólares Americanos Datos de la Universidad para llenar los formularios: Dirección : Amunátegui 1838 Barrio Recreo, Viña del Mar, Chile Teléfono : 56-2-9790979 | 56-32-3148508 País : Chile	Nombre del Banco: ITAU Cuenta No.: 0200834423 Moneda: Pesos Chilenos Datos de la Universidad para llenar los formularios: Dirección : Amunátegui 1838 Barrio Recreo, Viña del Mar, Chile Teléfono : 56-2-9790979 | 56-32-3148508 País : Chile

DERECHOS DE TITULACIÓN

A la culminación del programa respectivo, aprobado que fuere y cumplidos los requisitos formales, el estudiante deberá pagar los derechos de titulación, que corresponde a la suma de $ 270.000 (doscientos setenta mil pesos chilenos) o su equivalente en dólares americanos.

DATOS DE CONTACTO

Para más información acerca del programa y otras actividades ingrese a:

www.uonline.cl

El personal administrativo y académico de la Universidad del Mar estará pendiente de sus consultas.

Dieciocho 226, Santiago Centro
Santiago de Chile
Telf.: 56-2-9790979 | 56-32-3148508
Email: info@uonline.cl
www.uonline.cl

www.uonline.cl

UNIVERSIDAD DEL MAR
CALIDAD HUMANA

Chile
Comisión Nacional de Acreditación
Acreditada en Gestión y Docencia de Pre Grado
2010-2012

20 AÑOS 1989 • 2009

YO SOY más