

MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

RVOE: ES/012/2009 | Duración: 1 año 8 meses

OBJETIVO GENERAL:

La maestría en Mercadotecnia y Publicidad tiene como objetivo general el desarrollar posgraduados con una alta calificación académica, para poder desempeñarse eficiente y eficazmente en tareas de mercadotecnia, publicidad y comercialización, así como consultoría e investigación, relacionadas con la gestión organizacional en los diversos ramos del quehacer emprendedor, comercial, industrial y de servicios, en un marco de alta productividad y profundo sentido ético, además de proveerle de elementos fundamentales en el gerenciamiento de mercadotecnia para organizaciones intermedias.

PERFIL DE INGRESO:

Los conocimientos, las habilidades y las aptitudes con las que contará el egresado del posgrado, le brindarán herramientas adecuadas para la toma de decisiones idóneas para la empresa con el fin de ocuparse de situaciones que necesiten una visión estratégica para el desarrollo, crecimiento y expansión de la misma.

- Los aspirantes al posgrado deberán haber cursado una carrera profesional afín en las áreas económico-administrativas, o acreditar el grado académico, y bien contar con experiencia profesional suficiente que lo haya colocado en cargos a un nivel gerencial.
- Contar con la capacidad para trabajar en equipos de miembros multidisciplinarios.
- Contar con la capacidad de exponer y comunicar sus puntos de vista con respecto a un grupo de trabajo.
- Contar con características personales que lo desarrollen como líder al interior de un grupo de trabajo.

PERFIL DE EGRESO:

Los conocimientos, las habilidades y las aptitudes con las que contará el egresado del posgrado, le brindarán herramientas adecuadas para la toma de decisiones idóneas para la empresa con el fin de ocuparse de situaciones que necesiten una visión estratégica para el desarrollo, crecimiento y expansión de la misma.

PLAN DE ESTUDIOS

1.º trimestre

- Globalización y economía contemporánea
- Introducción al marketing
- Taller de administración moderna en las organizaciones

2.º trimestre

- Análisis económico
- Comportamiento del consumidor
- Métodos cuantitativos para la toma de decisiones

3.º trimestre

- Estadística aplicada
- Investigación de mercados
- Metodología y protocolo de Investigación

4.º trimestre

- Estrategias de venta y comercialización
- Planeación y dirección estratégica en las organizaciones
- Taller de diseño publicitario

5.º trimestre

- Mercadotecnia de servicios
- Sistemas de calidad en las organizaciones
- Taller de creatividad aplicada para productos y servicios

6.º trimestre

- Administración y gestión de proyectos
- Mercadotecnia social
- Taller de gestión de negocios

7.º trimestre

- Mercadotecnia internacional y entorno de las transacciones comerciales
- Taller de ética y desarrollo humano
- Taller de tecnologías de la información