

MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA

Con Mención en Dirección Estratégica y
Gerencia de Marcas

ORGANIZACIÓN CURRICULAR



MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- El marketing y el comportamiento del consumidor.
- La investigación de mercados.
- Diseño investigativo.
- Medición y escalas.

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y NEUROMARKETING

- La toma de decisiones de consumo.
- Aspectos de los procesos de decisión del consumidor.
- La psicología del consumidor.
- Neuromarketing y el consumidor.



MARKETING ESTRATÉGICO

- Desarrollo de la estrategia de marketing.
- Análisis de la competitividad de la empresa.
- Decisiones estratégicas.
- Modelos de negocios.

BRANDING

- Proceso de construcción de una marca.
- Decisiones estratégicas de marca.
- El sistema visual de identidad de marca.
- Crecimiento y sustentabilidad del valor capital de marca.



MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA

Con Mención en Dirección Estratégica y
Gerencia de Marcas

ORGANIZACIÓN CURRICULAR

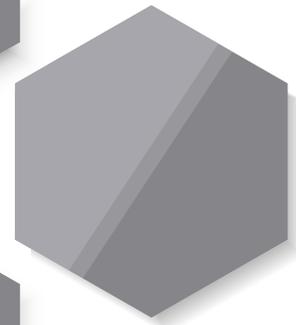


PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN BTL

- ¿Qué es la publicidad y cómo funciona?
- La estrategia en publicidad.
- La relación con las agencias de publicidad y el brief.
- La decisión del medio y la medición de la eficacia.

MERCHANDISING Y PROMOCIÓN DE VENTAS

- Promociones de ventas.
- Promociones hacia el consumidor.
- Mecanismos de valoración de la promoción de ventas.
- Gestión estratégica del área expositiva.



GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

- El papel de las relaciones públicas en las organizaciones.
- Diseño de una campaña de relaciones públicas.
- Herramientas y tácticas de relaciones públicas.
- Ventajas que se obtiene al evaluar correctamente los resultados.

MARKETING DIGITAL - SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

- E business.
- E commerce.
- Competencias digitales.
- Desarrollo de Publicaciones.
- Inbound marketing.



MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA

Con Mención en Dirección Estratégica y
Gerencia de Marcas

ORGANIZACIÓN CURRICULAR

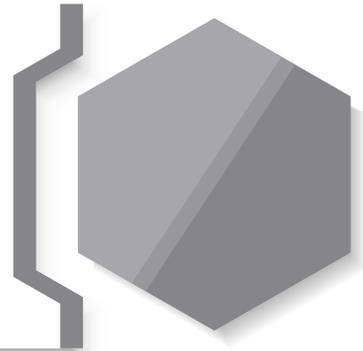


PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y GESTIÓN DEL PRESUPUESTO COMUNICACIONAL

- Estrategias de programación.
- Procesos de planeación.
- Preparación de esquemas.
- Modelos de negociación.

TRADE MARKETING Y GESTIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- Estrategias de la distribución.
- Rentabilidad, elección del canal y otras decisiones.
- El trade marketing y la relación fabricante distribuidor.
- Tendencias del trade marketing.

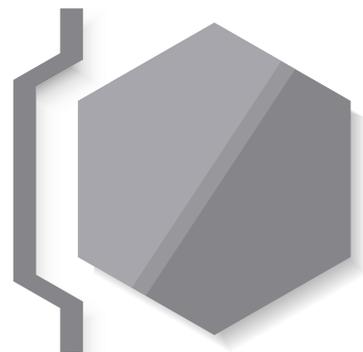


DIRECCIÓN Y AUDITORÍA DE VENTAS

- Organizar el esfuerzo de ventas.
- El papel estratégico de la información en la administración de ventas.
- Análisis del comportamiento y otros desempeños.
- Sistemas de control.

FINANZAS PARA MARKETING

- Análisis financiero.
- Pricing estratégico.
- Evaluación de proyectos.
- Análisis marginal de proyectos.



MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA

Con Mención en Dirección Estratégica y
Gerencia de Marcas

ORGANIZACIÓN CURRICULAR



ASPECTOS LEGALES DEL MARKETING

- Propiedad Intelectual en el marketing.
- Consideraciones legales de protección al consumidor.
- Aspectos legales de la gestión del marketing.

ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

- Ética y marketing.
- La Ética en la producción.
- Ética en el marketing de servicios y de artículos de consumo.
- Responsabilidad Social Empresarial.



PLAN Y MÉTRICAS DE MARKETING

- El plan estratégico de marketing.
- Elección del camino estratégico.
- Esquemmatización de métricas del plan de marketing.
- Presupuesto y auditoría del plan de marketing.

SIMULADOR DE MARKETING

- Rondas de práctica.
- Simulación y competencia.
- Market share.
- Sistema de calificación "Morningstar".



MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA

Con Mención en Dirección Estratégica y
Gerencia de Marcas

ORGANIZACIÓN CURRICULAR



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS AVANZADA

- Análisis de tablas cruzadas.
- Análisis discriminante.
- Análisis factorial.
- Escala multidimensional.

PROYECTO DE TITULACIÓN

Fuentes de información científica.
Normas APA.
Interpretación de datos.
Elaboración de informe final.

