



Maestría online en Mercadotecnia

Herramientas técnicas-metodológicas que le permitan estar a la vanguardia en cuanto al despertar de necesidades y deseos en los consumidores, definiendo y diseñando los bienes y servicios que la sociedad demanda, hasta la posventa o servicio a clientes cumpliendo sus objetivos y metas orientados al crecimiento social, organizacional y humano con un alto sentido ético.

¿Qué habilidades desarrollaré?

- Participar en la toma de decisiones estratégicas de la organización.
- Aprovechar los adelantos tecnológicos a favor de las necesidades en mercadotecnia de la empresa.
- Desarrollar campañas de comunicación que vayan en función al producto, presupuesto y necesidades de la empresa.
- Aplicar las estrategias necesarias para el correcto desarrollo de los elementos de la mezcla de mercadotecnia.
- Generar alternativas de solución ante situaciones concretas.
- Elaborar diagnósticos financieros y proponer alternativas para la organización.
- Desarrollar y lanzar nuevos productos.
- Diseñar, implementar y analizar investigaciones de mercado.
- Contar con la capacidad para trabajar en proyectos multiculturales.
- Crear estrategias de distribución a nivel nacional e internacional de acuerdo a las necesidades específicas de la organización.

¿Qué conocimientos obtendré?

- La importancia de las tecnologías de información y su impacto en actividad de mercadotecnia.
- Las técnicas utilizadas para el desarrollo y la correcta implementación de un plan de mercadotecnia.
- La mercadotecnia y su aplicación en la empresa
- La información financiera de la organización.
- Las técnicas y herramientas de obtención de información de mercadotecnia, profundizando en la creación de un sistema de información.
- El proceso de compra y toma de decisiones del cliente.
- El desarrollo de nuevos productos e integración al mercado.

¿A qué me puedo dedicar?

- Gerente de mercadotecnia en empresa y televisoras.
- Consultoría de desarrollo de productos y mercadotecnia.
- Gerente de marca.
- Desarrollo de publicidad de productos.
- Coordinar campañas publicitarias y políticas.

- Metodología de la investigación
- Mercadotecnia
- Estadística aplicada a la mercadotecnia
- Informática aplicada a la mercadotecnia
- Finanzas en mercadotecnia
- Investigación de mercados
- Comportamiento del consumidor
- Producto - precio
- Distribución y logística
- Benchmarking y CRM
- Administración de ventas
- La comunicación y la mercadotecnia
- Planeación estratégica de la mercadotecnia
- Mercadotecnia social y de servicios
- Mercadotecnia internacional
- Negocios en línea
- Plan de mercadotecnia
- Seminario de tesis