

Maestría en Mercadotecnia

A. Objetivo General

Formar profesionales de alto nivel en el saber y la práctica interdisciplinaria de la Mercadotecnia con dos enfoques específicos: uno hacia la comunicación aplicada en la promoción (publicidad); y otro, hacia la planeación estratégica de la mercadotecnia aplicada al proceso de la globalización (mercadotecnia internacional).

B. Características del Programa de Maestría

- Dos áreas de enfoque:
 - Publicitaria
 - Mercadotecnia Internacional

C. Campo de Trabajo

En el ámbito comercial:

- Compañías de bienes empacados, bienes duraderos y equipo industrial
- Industrias manufactureras
- Televisoras
- Agencias especializadas en Publicidad
- Compañías de Seguros
- Bancos
- Empresas de telefonía
- Tiendas de autoservicio
- Empresas de servicios al consumidor

En el ámbito no lucrativo:

- En el ámbito no lucrativo:
 - Instituciones Gubernamentales
 - Partidos políticos
 - Universidades
 - Hospitales
 - ONGs
 - Instituciones culturales y filantrópicas
 - Asociaciones de profesionales, empresarios, productores o gremiales

D. Plan de Estudios

Publicidad y Promoción

Primer Cuatrimestre

- Análisis del Consumidor
- Planeación y Administración Publicitaria
- Análisis del Producto

Tercer Cuatrimestre

- Análisis de Costos y Contabilidad para la Mercadotecnia
- Estrategias de Logística y Distribución
- Estrategias de Promoción y Ventas

Mercadotecnia Internacional

Primer Cuatrimestre

- Análisis del Consumidor
- Globalización y Comercio Internacional
- Análisis del Producto

Tercer Cuatrimestre

- Análisis de Costos y Contabilidad para la Mercadotecnia
- Estrategias de Logística y Distribución
- Estrategias de Promoción y Ventas

Segundo Cuatrimestre

- Estrategias Creativas
- Estrategias Mediáticas
- Nuevas Prácticas Publicitarias

Cuarto Cuatrimestre

- Planeación Estratégica y Prospectiva
- La Nueva Economía y Negocios a través de la Red: Comercio Electrónico
- Nuevos Paradigmas de la Mercadotecnia

Segundo Cuatrimestre

- Penetración de Mercados Internacionales y Emergentes
- Sistema Financiero y Comercio Internacional
- Ambientes de Mercado y Publicidad Global

Cuarto Cuatrimestre

- Planeación Estratégica y Prospectiva
- La Nueva Economía y Negocios a través de la Red: Comercio Electrónico
- Nuevos Paradigmas de la Mercadotecnia

E. Modalidad

Dos materias sabatinas de tres horas cada una. Una materia en línea (2 horas semanales).