

“Saber **más**,
para **ser**
más”

Maestría en Dirección de Mercadotecnia

Objetivo

Formar expertos que generen estrategias innovadoras a partir de la administración de recursos de información financiera y comercial, para asegurar la permanencia de una organización y el posicionamiento de marcas ante el reto de la globalización, mostrando habilidades de liderazgo y enfoque crítico, con responsabilidad social, ética y honestidad.

Perfil de egreso

El egresado será capaz de formular estrategias de mercadotecnia basadas en la investigación, dirigir equipos de ventas, proponer estrategias de comunicación y comercio electrónico acordes a la tendencia actual, establecer lineamientos estratégicos para diseñar planes de mercadotecnia y dirigir proyectos de asesoría y consultoría que ayuden a cumplir los objetivos organizacionales.



www.univa.mx

Guadalajara

✉ informacion.univa@univa.mx

☎ 01 (33) 3134 08 00

Vallarta

✉ campus.vallarta@univa.mx

☎ 01 (322) 226 12 12

Zamora

✉ informacion.zamora@univa.mx

☎ 01 (351) 515 25 51

Plan de Estudios

Modalidad escolarizada.

No. de acuerdo SEP

Guadalajara

Acuerdo SEP 994363.
15 de octubre de 1999.

Vallarta

Acuerdo SEP 2014145.
15 de junio de 2001.

Zamora

Acuerdo SEP 2014197.
6 de julio de 2001.

Maestría en Dirección de Mercadotecnia

Área de Integración

- Administración de proyectos
- *Branding*
- Finanzas corporativas
- Estrategias de comercialización
- *Marketing* global

Área de Profesionalización

- Competencias directivas
- Desarrollo e impacto social
- Diagnóstico y soluciones de imagen institucional
- Dirección estratégica de ventas
- Estudio del comportamiento del consumidor
- Herramientas de mercadotecnia y comunicación digital
- Los retos de la sociedad global
- Modelos de calidad en el servicio
- Problemas éticos contemporáneos
- Promoción, relaciones públicas y logística de eventos
- Publicidad creativa digital

Área de Investigación

- Diseño de proyectos de investigación en ciencias económico-administrativas
- Información cualitativa para análisis del mercado
- Información cuantitativa para análisis del mercado



FIMPES



ANUIES