



Maestría en Mercadeo

Plan de estudios

SEMESTRE	GESTIÓN	ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	DESARROLLO DE LA ESTRATEGÍA	
1	Fundamentos de Mercadeo 2 Créditos	Nivelatorio Estadística 0 Créditos		17 Total créditos semestre
	Habilidades de dirección y liderazgo organizacional (Gerencia Estratégica de sí mismo, comunicación Interpersonal, inventario DISC individual.) 3 Créditos	Métodos de investigación Cuantitativa (encuestas, métodos estadísticos, métodos multivariados (análisis de regresión, componentes principales, análisis discriminante y factorial), construcción de indicadores) 3 Créditos		
	Ética y Responsabilidad Social (Ética empresarial, ética de la dirección, ética gerencial, ética del consumo.) 2 Créditos	Métodos de Investigación Cualitativa (Observación, técnicas proyectivas, sesiones de grupo, entrevistas en profundidad, nuevas tendencias en investigación cualitativa.) 3 Créditos	Seminario Taller para Trabajo de Grado 1 Créditos	
		Análisis y Conducta del Consumidor (Insights, tendencias, memoria, motivación, percepción, aprendizaje, personalidad, arquetipos, neuro-marketing.) 3 Créditos		
2	Finanzas para la Gerencia de Mercadeo (Sistema de información empresarial, costos y gastos variables y fijos, punto de equilibrio, la estructura financiera de la empresa.) 3 Créditos	Antropología del Consumo. (Significado cultural, cultura, consumo, semiótica, etnografía, símbolos y rituales, códigos culturales.) 3 Créditos	Innovación y Construcción de Valor (Cultura de innovación, metodología de innovación por diseño design thinking) 3 Créditos	17 Total créditos semestre
			Nivelatorio Fundamentos de Economía 0 Créditos	
	Estrategia empresarial (Estrategia competitiva, simulador Capstone, ventaja competitiva, teoría de los recursos, análisis del macro-entorno.) 3 Créditos		Fijación de Precios (Estructura del mercado, teoría de juegos, regulación de precios) 3 Créditos	
3			Mercadeo Internacional (Internacionalización, inteligencia de mercados Internacionales, análisis del entorno político, económico y sociocultural, el proceso de selección de mercados, el plan de marketing internacional) 2 Créditos	16 Total créditos semestre
			Gestión de la Cadena de Suministros (Desempeño de la CS, dinámica de las actividades logísticas, alineación con la estrategia empresarial, canales de distribución, dinámica del comercio mayorista y minorista.) 3 Créditos	
			Comunicaciones al Cliente (Rol de la comunicación, Construcción de brand equity, mix de comunicaciones, consistencia del mensaje, marketing viral, relaciones públicas, marketing móvil) 3 Créditos	
			Mercadeo Digital (medios digitales, teorías científicas y marketing digital, entorno y estrategia de marketing digital, estrategia de marketing digital, modelo de evaluación y mejora de canales digitales.) 3 Créditos	
			Electiva I Misión Internacional 2 Créditos	
			Electiva II 2 Créditos	
			Trabajo de grado 3 Créditos	

Total número de créditos del programa 50

Metodología: presencial
Duración: 3 semestres
Horario: inmersión mensual