



Maestría

Mercadotecnia



Objetivos del programa:

Responder a la necesidad de cuadros directivos de excelente nivel académico y profesional, formando líderes empresariales con gran creatividad, visión innovadora y una gran competitividad.

Derivados en:

- Contribuir al desarrollo de las ciencias mercadológicas, por medio de la difusión y aplicación de nuevas teorías y herramientas.
- Apoyar en la formación y capacitación de los directivos para su desarrollo así como su crecimiento personal y profesional.
- Colaborar a la generación del cambio cultural y organizacional en las empresas e incluso en la sociedad.

Perfil del candidato:

El programa está orientado hacia los profesionistas de diversas especialidades que por razones de trabajo están involucrados en la mercadotecnia o actividades similares.

El candidato deberá de poseer habilidades de comunicación para actuar e interactuar en grupos interdisciplinarios, así como las relacionadas con el análisis y síntesis de información, con un liderazgo enfocado a resultados y comprometido con el diseño y alcance de objetivos.

Es deseable que el aspirante posea experiencia en puestos afines o cercanos a la dirección de empresas, un fuerte hábito de lectura e inclinación por la investigación así como estar dispuestos a trabajar bajo el enfoque del método de casos.

Dado lo universal del proceso administrativo, es factible admitir a todo tipo de profesionistas, siempre y cuando cumpla los requisitos de admisión, académicos y administrativos.

Plan de estudios:

El plan de estudios de la Maestría en Mercadotecnia se caracteriza por su flexibilidad y dinamismo, consta de 13 materias y tiene como objetivo el desarrollo mercadológico y gerencial del alumno y las materias restantes buscan que el participante del programa adquiera conocimientos de especialidad entre las siguientes opciones:

- Dirección y Administración en un Entorno Internacional.
- Desarrollo Organizacional y Factor Humano.
- Logística.
- Comercio Internacional.

Materias obligatorias:

- Comportamiento del Consumidor.
- Comunicaciones Integrales en Mercadotecnia.
- Desarrollo de Productos.
- Dirección de Mercadotecnia Global.
- Entorno Económico.
- Investigación de Mercados.
- Mercadotecnia de Servicios.
- Precios y Finanzas.
- Seminario de Grado.
- Tópicos Especiales de Mercadotecnia.
- Visión Estratégica.

Coordinador:

Mtro. Agustín García Rodríguez.

Universidad Iberoamericana

Fechas y horarios:

Próxima apertura.

Viernes de 16:00 a 21:00 hrs.

Sábado de 9:00 a 14:00 hrs.

Requisitos de Admisión:

Si el candidato a ingresar ya es titulado:

- Original acta de nacimiento.
- Copia certificada título profesional.
- Copia certificada de cédula profesional.
- 2 fotografías tamaño infantil.
- Solicitud de Inscripción.

Diseño de programas a las necesidades su empresa o institución



Para mayores informes favor de comunicarse al Departamento de Promoción y Relaciones Públicas con:

- Acapulco
- Cd. de México
- Guadalajara
- León
- Oaxaca
- Puebla
- Tijuana
- Torreón
- Centros de Extensión:
- Monterrey
- Saltillo

Marialba Rodriguez marialba-rodriguez@uiasaltillo.edu.mx Ext. 114
Irma Martinez irma-martinez@uiasaltillo.edu.mx Ext. 105

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial del 03 de Abril de 1981.