



ESPECIALIDAD
en Mercadotecnia
Estratégica



Características

“ Hoy en día vivimos inmersos en un mundo global de marcas que luchan por posicionarse y ser la más reconocida para ganarse la preferencia de los consumidores o usuarios. ”

Por otro lado, los públicos se vuelven más inteligentes y críticos para analizar y comparar antes de comprar. Vivimos, sí, en la era del consumo, pero de un consumo que exige también más investigación y responsabilidad.

En este contexto, nuestra Especialidad en Mercadotecnia Estratégica te proporcionará los conocimientos necesarios para realizar planes integrales de mercadotecnia, contemplando las diferentes áreas que la constituyen: desde la investigación de mercados que define al público exacto al que dirigirás un determinado producto o servicio, hasta seleccionar los medios más adecuados para difundirlos y darlos a conocer, o determinar los mejores canales de distribución y las técnicas de venta más efectivas para hacerlos llegar a los consumidores finales. En otras palabras, te formaremos integralmente como un profesional altamente especializado y actualizado para identificar, analizar y proponer a cualquier tipo de empresa, soluciones eficaces de crecimiento desde una perspectiva estratégica y de responsabilidad social.

Perfil del Egresado y áreas de Desarrollo Profesional

Como egresado de esta Especialidad podrás ser el gran orquestador de las estrategias de negocio que requieren actualmente las empresas de todos los tipos y tamaños para ampliar sus mercados y volverse exitosas. Podrás desarrollar nuevos productos o servicios y descubrir nuevos públicos

que quieran adquirirlos, crear marcas originales o consolidar las que ya existen y, en todo caso, mejorar su posicionamiento. En otras palabras, podrás desempeñarte en cualquier organización como un verdadero líder comercial; como director de comunicación y publicidad, gerente de marca (brand manager) o de relaciones públicas; director en las áreas de promoción, o investigación de mercados, y en ámbitos tan específicos y actuales como el merchandising y la mercadotecnia aplicada en medios digitales. Debemos recordar que la mercadotecnia es la administración de empresas del siglo XXI.

Plan de Estudios

1° semestre

- Mercadotecnia y Análisis Estratégicos del Consumidor
- Nuevas Estrategias de Producto y Precio
- Sistemas Estratégicos de Ventas
- Publicidad Creativa

2° semestre

- Dirección Estratégica
- Inteligencia Emocional y Liderazgo
- Visión y Planeación Estratégicas
- Análisis Estratégicos de Negocios

REGISTRO DE VALIDEZ OFICIAL SEP
ACUERDO N° 2013260 DE 24 DE AGOSTO DE 2001