



MAESTRÍA

en Mercadotecnia
y Comunicación
Estratégica



Características

“ Hoy por hoy la mercadotecnia no puede vivir sin la comunicación, ya que es una forma importante de la misma. Vivimos en la era de la comunicación de marcas: inmersos y bombardeados por miles de productos y servicios que luchan todos los días y a través de todos los medios por ganar una posición privilegiada en un mundo abierto y globalizado. ”

En ese contexto, el objetivo principal de la Maestría en Mercadotecnia y Comunicación Estratégica del CECC es formarte de manera integral con sólidos conocimientos teóricos y prácticos que te permitan responder a las necesidades actuales de las empresas, precisamente en lo que se refiere al desarrollo de la comunicación de marca, a través de la aplicación profesional de la mercadotecnia en todas sus áreas, incluyendo el análisis estratégico de negocios, la investigación de mercados, las técnicas de ventas, las políticas de precio, las promociones, la publicidad y las relaciones públicas. Todo ello con un enfoque eminentemente creativo, de liderazgo y de responsabilidad social.

Perfil del Egresado y áreas de Desarrollo Profesional

El ámbito profesional del egresado de esta Maestría es muy amplio, pues se abre a todo tipo de personas o empresas que requieran de estrategias creativas y efectivas de mercadotecnia y comunicación que satisfagan las necesidades de cada cliente, en su respectivo entorno y contexto: desde el diseño de una campaña publicitaria para el lanzamiento de un nuevo producto, la asesoría para gestionar la campaña de propaganda de un candidato político, el manejo de una situación de crisis de una marca que necesita recuperar su buena imagen, hasta el diseño y ejecución de un

plan de Relaciones Públicas para una institución o un personaje público. Esta Maestría no es privativa para mercadólogos, publicistas, relacionistas públicos o egresados de cualquier carrera del mundo de la comunicación; la pueden cursar todas aquellas personas que sientan la necesidad de llevar a su empresa a lugares insospechados.

Plan de Estudios

1° semestre

- Dirección Estratégica
- Mercadotecnia del Consumidor
- Seminario de Medios de Comunicación
- Comunicación Integral en la Empresa

2° semestre

- Análisis Estratégico de Negocios
- Desarrollo y Estrategias Creativas
- Nuevas Tendencias en el Liderazgo
- Gestión Intercultural

3° semestre

- Mercadotecnia Estratégica y su Medio Ambiente
- Estrategias de Producto y Precio
- Estrategias Creativas y Publicidad
- Seminario de Investigación I

4° semestre

- Estrategias Comerciales y de Ventas
- Elaboración de Mensajes Publicitarios
- Comunicación de Crisis
- Seminario de Investigación II

REGISTRO DE VALIDEZ OFICIAL SEP

ACUERDO N° 20090802 DE 23 DE SEPTIEMBRE DE 2009