

PLAN DE ESTUDIOS MAESTRIA EN MERCADOTECNIA

Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios

Puebla Modalidad No Escolarizada

RVOE SEP-SES/21/114/01/583/06

OBJETIVO

Formar profesionales altamente capacitados a través de un proceso participativo, crítico y estratégico. Maestros que sean capaces de perfilar, en conjunto con otras áreas de la organización, el futuro de la misma dentro reto que significa la globalización y los nuevos mercados nacionales e internacionales. Expertos en el análisis, diseño e i de las estrategias de mercadotecnia, creativas, exitosas y rentables que les permitan aprovechar al máximo los nichos del mercado y satisfacer plenamente a consumidores y clientes, fomentando así el bienestar de la sociedad y el país.

PERFIL DE INGRESO

Deberá contar con la licenciatura en cualquiera de las siguientes áreas: administración, comercio internacional, contaduría, finanzas y banca, ingenierías industriales, administración pública, computación y sistemas.

El aspirante deberá de contar con conocimientos en el diseño de proyectos de investigación que beneficien a la comunidad en la que se desenvuelva, así como capacidad analítica y organizativa orientada la solución de problemas de su especialidad.

Además de la habilidad creadora, emprendedora y propositiva en la toma de decisiones para dar soluciones innovadoras a los problemas detectados; actitud de disciplina y desarrollo integral para beneficio personal y profesional.

PERFIL DE EGRESO

El maestro en mercadotecnia formado bajo este programa, contará con los siguientes conocimientos, habilidades, actitudes y valores; Comprenderá el comportamiento del consumidor, su diversidad, su desarrollo y el papel de la investigación de mercado. Conocerá los elementos y principios utilizados en el desarrollo de nuevos productos y servicios, estableciendo criterios de análisis de factibilidad. Manejará con efectividad al personal y las técnicas de mercado, haciendo una distinción clara y precisa entre ventas y mercadotecnia. Aplicará las herramientas de la planeación estratégica en la mercadotecnia realizando una interpretación puntual de los datos estadísticos para la toma de decisiones.



www.ieu.edu.mx

 contacto@ieu.edu.mx

ASIGNATURA	CLAVE	SERIACIÓN	CRÉDITOS
1ER. CUATRIMESTRE			
Fundamentos de Mercadotecnia	MM101B		5
Psicología del Consumidor	MM102B		4
Innovación y Desarrollo de Productos	MM103B		7
Estadística Aplicada a la Mercadotecnia	MM104T		5
			21
2DO. CUATRIMESTRE			
Planeación Estratégica y Ventajas Competitivas	MM205B		5
Investigación de Mercados	MM206T	MM104T	7
Comunicación y Publicidad	MM207H	MM102B	5
Seminario de Investigación I	MM208T		4
			21
3ER. CUATRIMESTRE			
Mercadotecnia Especializada	MM309E	MM207H	5
E-Commerce	MM310E		7
Dirección Comercial	MM311H		5
Seminario de Investigación II	MM312T	MM208T	4
			21
4TO. CUATRIMESTRE			
Marketing y Negocios Internacionales	MM413H		5
Mercadotecnia de Servicios	MM414E		6
Formulación y Evaluación de proyectos de Mercadotecnia	MM415E	MM310E	6
Seminario de Investigación III	MM416T	MM312T	4
			21
			84