



MAESTRÍA^{en}

*Administración
en Marketing
Estratégico*



utel
UNIVERSIDAD

La **Maestría en Administración en Marketing Estratégico** tiene como objetivo formar a los estudiantes con capacidades de satisfacer las necesidades del mercado mediante la utilización de mecanismos actuales para la generación de planes y estrategias de mercadotecnia competitivas, así como para la aplicación de competencias especializadas que favorezcan la administración eficiente de recursos humanos, técnicos, materiales y financieros e impacten en la generación de valor de las organizaciones y fomenten el desarrollo sostenible de su entorno.

PERFIL DEL EGRESADO

El egresado de la **Maestría en Administración en Marketing Estratégico** será capaz de satisfacer las necesidades del mercado mediante la utilización de mecanismos actuales para la generación de planes y estrategias de mercadotecnia competitivas, así como para la aplicación de competencias especializadas que favorezcan la administración eficiente de recursos humanos, técnicos, materiales y financieros e impacten en la generación de valor de las organizaciones y fomenten el desarrollo sostenible de su entorno.

CONOCIMIENTOS, HABILIDADES, ACTITUDES Y DESTREZAS A DESARROLLAR

Conocimientos sobre:

- Aportes de las teorías administrativas y organizacionales mediante la evaluación de los alcances y las limitaciones de las nuevas tendencias, realidades y desafíos en el desarrollo de las organizaciones
- Estrategias mercadológicas innovadoras a través de la evaluación de modelos de planeación, selección de mercados meta y soluciones para el crecimiento y posicionamiento de cualquier empresa
- Fundamentos y la planificación de estrategias, con el propósito de representar un adecuado ejercicio de esta disciplina en cualquier organización
- Principios, los modelos y la metodología de la administración estratégica a partir del diagnóstico de la situación integral de la empresa, su mercado y el entorno global, para proponer planes de acción que respondan a sus necesidades

- Estrategias de comunicación digital y comercio electrónico, mediante el uso de Internet para el alcance de la competitividad organizacional online en un mundo globalizado
- Técnicas e instrumentos que permitan recabar, identificar, categorizar e interpretar información del mercado actual y futuro para la detección de problemas y las áreas de oportunidad
- Análisis de las tendencias de mercadotecnia en Internet, para el desarrollo de estrategias efectivas de lanzamiento, posicionamiento, mantenimiento o relanzamiento de productos y servicios en el mercado

Habilidades y destrezas:

- Conocimiento de la Teoría administrativa y los nuevos modelos aplicables al entorno empresarial moderno
- Planeación estratégica, formulación e implementación de planes de negocios
- Técnicas de comunicación, negociación y manejo de grupos de trabajo
- Estrategias de optimización de los ingresos en el ámbito online de la organización
- Desarrollo de Proyectos de E-Commerce
- Diseño y Gestión de una Web

Actitudes:

- Negociar y cerrar tratos comerciales
- Aplicar y desarrollar una visión estratégica empresarial
- Valorar las tecnologías para desarrollar ventajas competitivas
- Desarrollar una comunicación clara de transmisión de ideas concretas en contextos organizacionales

Valores:

- Equidad y respeto al convivir con cada uno de los involucrados en su desarrollo y práctica profesional
- Responsabilidad en su ejercicio profesional, buscando en todo momento la mejora de su entorno

ASIGNATURAS

1. CUATRIMESTRE

Administración de las Organizaciones
Mercadotecnia Estratégica

2. CUATRIMESTRE

Ética en la Mercadotecnia
Administración Estratégica

3. CUATRIMESTRE

E-Commerce y Mercadotecnia en la Web
Investigación de Mercados
Mercadotecnia Digital

4. CUATRIMESTRE

Estadística para los Negocios en Mercadotecnia
Contabilidad Administrativa y Finanzas Corporativas
Tecnologías de Información para la Toma de Decisiones

5. CUATRIMESTRE

Habilidades Directivas
Desarrollo del Capital Humano
Mercadotecnia Móvil y Redes Sociales

6. CUATRIMESTRE

Pronóstico de Negocios
Seminario de Investigación en Marketing
Comunicación Comercial

Créditos Totales: 78.7

*Este plan de estudio se encuentra incorporado al Sistema Educativo Nacional, con fecha 18 de agosto de 2016 y No. de Acuerdo 2052A0000/227/2016, emitido por la Subsecretaría de Educación Media Superior y Superior de la Secretaría de Educación del Gobierno del Estado de México.