



Instituto Benoit Latinoamericano

FORMANDO
CREADORES
CON SENTIDO HUMANO



Instituto Benoist
Latinoamericano

Maestría en MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD en entornos Digitales



Plan de estudio.



Flexible.



6 Cuatrimestres.



14 Semanas.



1 hora.



Fin de Aprendizaje o Formación

El egresado de la Maestría en Mercadotecnia y Publicidad en Entornos Digitales será capaz de diseñar estrategias y desarrollar planes de mercadotecnia en medios digitales mediante el uso de plataformas y redes sociales con el fin de generar espacios virtuales que promuevan vínculos de comunicación entre organizaciones o consumidores, atendiendo las demandas del mercado internacional y nacional con un sentido ético y de responsabilidad social.



Modalidad
en Línea



Perfil de Egreso

El egresado de la **Maestría en Mercadotecnia y Publicidad en Entornos Digitales** contará con los siguientes atributos:



Conocimientos

- Elementos del marketing en los negocios y su importancia en el ámbito digital.
- Los procedimientos de análisis situacional de productos o servicios.
- El proceso de globalización y su impacto en el marketing internacional.
- Modelos de negocios en torno a las tendencias actuales y futuras del mercado digital.
- Funcionamiento y uso de plataformas digitales y medios sociales.
- Modelos y métodos de planeación, implementación, control y evaluación de estrategias de mercadotecnia digital.
- Las etapas de la gestión asociadas a la dirección del capital humano.
- Los procesos organizacionales que coadyuvan a la gestión de equipos de trabajo.
- Los procesos necesarios para gestionar las operaciones de marketing de las empresas.
- El marco jurídico que regula a los diferentes tipos de empresas en comercio electrónico.
- El proceso de organización y planificación dentro de programas de marketing de las organizaciones.
- Sobre la importancia del trabajo en equipo y colaborativo en las empresas dedicadas a campañas de marketing.
- Sobre la estructura metodológica en procesos de investigación en el área de los negocios.
- Sobre la importancia de administrar correctamente el tiempo y gestionar el trabajo en equipo dentro de plazos sin caer en estrés laboral.
- Sobre las ventas y establecimiento de tiendas en línea.



Habilidades

- Elaborar estrategias mercadológicas y de publicidad.
- Para elaborar políticas enfocadas al desarrollo de las áreas de mercadotecnia, publicidad y ventas.
- Relacionar las estrategias del marketing en las redes sociales con casos de su vida cotidiana.
- Discriminar los fundamentos metodológicos de los modelos de negocio para sistematizar estrategias tecnológicas de mercadotecnia en proyectos de negocios digitales.
- Diseñar planes estratégicos de mercadotecnia y publicidad para promover la venta de productos y servicios.
- Para gestionar de forma correcta el capital humano de las áreas de mercadotecnia, publicidad y ventas de las empresas.
- Para desarrollar propuestas de investigación enfocada a los negocios, la mercadotecnia y la publicidad por medios digitales.



Destrezas

- ▶ Aplicar estrategias de comunicación en entornos digitales mediante el social media.
- ▶ Emplear nuevas tecnologías, aplicaciones y software en la difusión publicitaria y la promoción de productos.
- ▶ Para Manipular buscadores, redes sociales y plataformas para la promoción y venta de servicios, productos y marcas.
- ▶ Desarrollar estrategias de marketing orientadas a negocios digitales para dar respuesta a las necesidades actuales y futuras derivadas de la digitalización y la globalización.
- ▶ Proponer estrategias que permitan la consolidación de la ventaja competitiva en el mercado local o global.
- ▶ Para integrar e impulsar el desarrollo del capital humano de áreas de ventas, mercadotecnia y publicidad.
- ▶ Para definir estrategias de ventas y programas de mercadotecnia y publicidad mediante herramientas digitales.
- ▶ Para proponer estrategias de acción en la resolución de conflictos en organizaciones.
- ▶ Para identificar y distinguir a la población con perfil idóneo de consumidor o comprador.
- ▶ Para definir las tendencias de publicidad acorde al producto o servicio que se quiera incorporar al mercado o reactivas su comercialización.
- ▶ Para establecer estrategias de administración de tiempo a nivel personal y en grupos de trabajo.



Valores

- ▶ Interactuar integrado a grupos para promover el aprendizaje a partir de los criterios de verdad, respeto y confianza.
- ▶ Establecer relaciones interpersonales que le permiten motivar y conducir hacia metas comunes orientadas al aprendizaje y la generación autónoma de conocimiento.
- ▶ Elaborar propuestas fundamentadas en el compromiso con su medio socio-cultural.
- ▶ Trabajar en equipo orientado al logro de metas académicas y profesionales.
- ▶ Llevar a cabo procesos que dan cuenta del ejercicio crítico y autocrítico, orientado a la generación de conocimiento.
- ▶ Participar activamente en el logro de los objetivos de las organizaciones para coadyuvar en su productividad.
- ▶ Reconocer y respetar al ser humano como ser único, integral y multidimensional para orientar responsablemente las relaciones humanas y profesionales en los diferentes ámbitos.
- ▶ Construir argumentos fundamentados de manera responsable y ética para colaborar en la generación de conocimiento.
- ▶ Responsabilizarse de su propio desarrollo cognitivo y social como una capacidad ética para generar propuestas desde su campo profesional que sirvan al desarrollo social.
- ▶ Comprometerse con la formación permanente mediante procesos de aprendizaje formales y no formales.



Perfil de Ingreso

El aspirante a ingresar a la **Maestría en Alta Dirección de Negocios** debe contar los siguientes atributos mínimos:

Conocimientos sobre

- Conocimientos profesionales de la mercadotecnia y la publicidad.
- Los métodos y técnicas para la investigación documental y el procesamiento de información.
- Recuperación de datos o información de diversas fuentes bibliográficas físicas o digitales
- Reconocimiento de patrones en el planteamiento de problemas
- Redacción de textos para presentar, contrastar o evaluar ideas o argumentos complejos
- Básicos del proceso administrativo.
- De la estructura organizacional general de las empresas.
- Básicos del proceso de registro contable
- Básicos de la comercialización, ventas y logística.
- Básicos del derecho empresarial.

Habilidades para

- Comprender e interpretar textos escritos.
- Ejecutar creativamente el pensamiento analítico, reflexivo, crítico y divergente
- Planificar la realización de tareas.
- Solucionar problemas y tomar decisiones.
- Comunicar y expresar sus ideas con claridad, en forma oral y escrita.
- Administrar y autorregular su tiempo y recursos para el aprendizaje
- Reforzar su aprendizaje en el uso de apoyos didácticos
- Básicos de la administración de recursos humanos.



Aptitudes

- Disposición para el estudio independiente y el aprendizaje autónomo.
- Capacidad de organización.
- Pensamiento crítico y reflexivo aplicado a la propuesta de enfoques innovadores y creativos para resolver problemas y realizar proyectos
- Perfil extrovertido, dinámico y creativo con capacidad para trabajar en equipo y de forma colaborativa.
- Capacidad de razonamiento para modelar y resolver problemas
- Responsabilidad para asumir las tareas y cumplir con ellas
- Compromiso para salir adelante ante situaciones complejas
- Iniciativa para involucrarse en las acciones propias del desarrollo sostenible y el bien común.



Instituto Benoist
Latinoamericano

Plan de Estudios

Maestría en

MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD en entornos Digitales



Primer Cuatrimestre

- Análisis del consumidor.
- Construcción de Marca en Medios Digitales.

Segundo Cuatrimestre

- Psicología del consumidor.
- Tendencias de la publicidad.

Tercer Cuatrimestre

- Programación Neurolingüística.
- Producción Publicitaria.
- Liderazgo Estratégico.

Cuarto Cuatrimestre

- Desarrollo de habilidades Empresariales.
- Plan de Mercadotecnia Digital.
- Generación y creación del conocimiento I.

Quinto Cuatrimestre

- Dirección de ventas.
- Dirección de mercadotecnia.
- Generación y creación del conocimiento II.

Sexto Cuatrimestre

- Administración del capital humano en empresas digitales.
- Comercio Electrónico.
- Administración del tiempo.

Áreas de formación

- Gerencia de Mercadotecnia y publicidad.
- Gerencia de Liderazgo y Creación del Conocimiento.