

# Maestría en Mercadotecnia y Publicidad

## INDICE

<b>ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS</b>	<b>3</b>
<b>NÚCLEO ACADÉMICO BÁSICO</b>	<b>5</b>
<b>VINCULACIÓN CON OTROS SECTORES DE LA SOCIEDAD</b>	<b>5</b>
<b>TRÁMITES ADMINISTRATIVOS</b>	<b>5</b>

## ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS

### OBJETIVOS GENERAL

Formar profesionistas con competencias que les permitan diseñar y aplicar estrategias y tácticas mercadológicas y de publicidad para diferentes tipos de organización.

### PERFIL DE INGRESO

Dirigido a egresados de cualquier licenciatura, que actualmente trabajan o deseen desarrollarse en actividades comerciales, de mercadotecnia, de comunicación o publicidad, sin importar el tamaño de la organización.

Profesionistas que requieren fortalecer sus habilidades corporativas y estratégicas para el desarrollo creativo e innovador de la mercadotecnia.

### PERFIL DE EGRESO

El egresado será capaz de:

- Desarrollar, dirigir y evaluar planes estratégicos de mercadotecnia, por medio de la participación interdisciplinaria con una propuesta creativa.
- Planear y dirigir campañas de promoción y publicidad, aplicando técnicas de comunicación integrada.
- Aplicar la creatividad e innovación en todos los componentes, recursos y variables de la mercadotecnia que faciliten la creación de estrategias y toma de decisiones de la gestión directiva.

Todo ello respaldado por un comportamiento ético y solidario; compromiso y apertura a la crítica; liderazgo y actitud emprendedora.

### MAPA CURRICULAR

#### PLAN IDEAL

Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4
Mercadotecnia	Creatividad publicitaria	Planeación de medios	Toma de decisiones en mercadotecnia

Administración general	Conducta del consumidor	Comunicación digital	Estrategia de marca
Fundamentos cuantitativos para la mercadotecnia	Investigación de mercados	Estrategia de productos y servicios	Seminario de casos de mercadotecnia y publicidad II
Finanzas para la mercadotecnia	Estrategia de comunicación integrada	Comunicación corporativa y relaciones públicas	Optativa 2
	Optativa 1	Seminario de casos de mercadotecnia y publicidad I	

#### MATERIAS OPTATIVAS

Asignatura
Creatividad e innovación
Comunicación y sociedad
Imagen estratégica
Medios, democracia y espacio público
Medios y mensajes
Mercadotecnia de franquicias
Mercadotecnia internacional
Mercadotecnia política

#### DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGANTURAS

	CANTIDAD	CRÉDITOS
MATERIAS OBLIGATORIAS:	16	68
MATERIAS OPTATIVAS :	2	8
<b>CRÉDITOS TOTAL:</b>		<b>76</b>

## Núcleo académico básico

El claustro de profesores lo integran catedráticos de gran prestigio en el mundo empresarial, que ocupan altos puestos de responsabilidad directiva a nivel nacional e internacional, todos ellos con experiencia práctica y actualizada que les permite generar un proceso de aprendizaje dentro de una dimensión colectiva y discusión real.

## Vinculación con otros sectores de la sociedad

### CONVENIOS INTERNACIONALES

Posgrado en colaboración con:

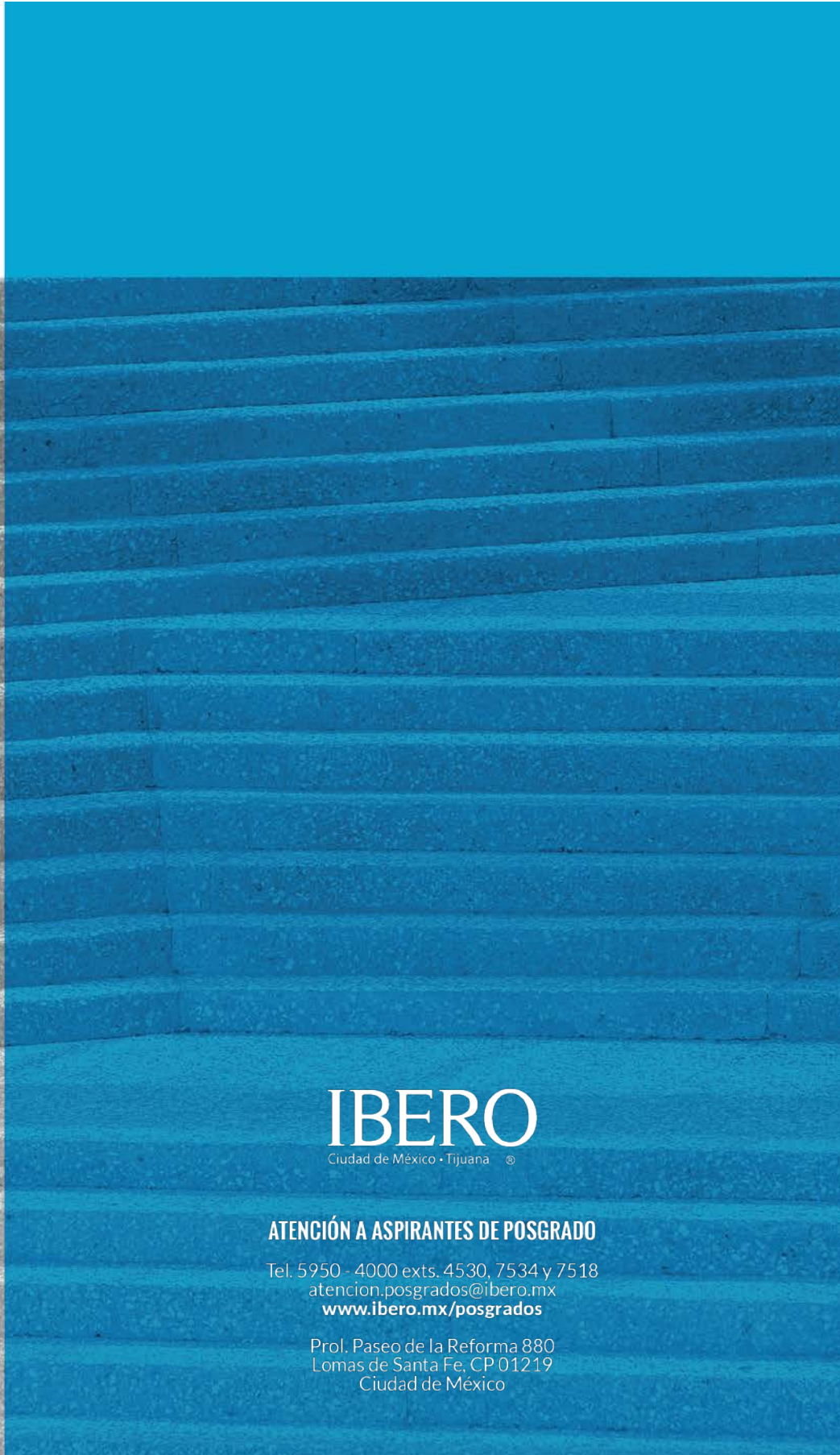
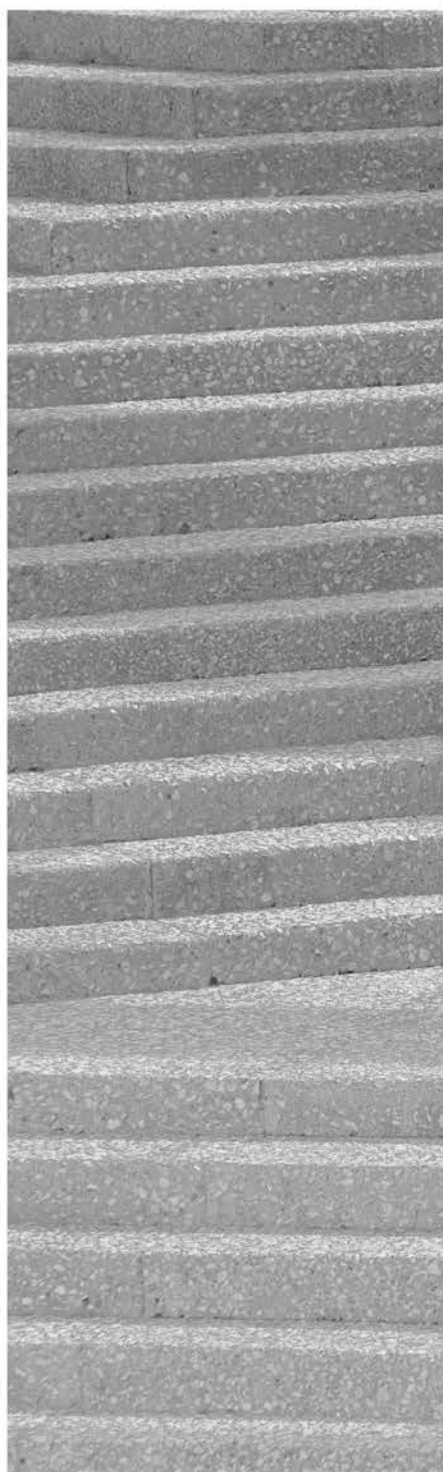
- **Deusto Bussines School** (Bilbao, España)
- **EIE Bussines School** (Madrid España).
- **DePaul University** (Chicago, Estados Unidos).

## Trámites administrativos

### REQUISITOS DE INGRESO

- Grado de licenciatura o equivalente en cualquier disciplina.
- Comprensión de la lectura y escritura del idioma inglés.
- Presentar el proceso de selección:
  - a) Entrevista.
  - b) Examen Nacional de Ingreso a Posgrado (EXANI III-Ceneval).
- Los aspirantes aplican a un proceso de selección que evalúa sus habilidades en:
  - Comunicación oral y escrita.
  - Matemáticas básicas.
  - Razonamiento verbal y abstracto.
  - Comprensión de la lectura y escritura del idioma inglés.
  - Integración en equipos de trabajo interdisciplinarios.





**IBERO**  
Ciudad de México • Tijuana ®

**ATENCIÓN A ASPIRANTES DE POSGRADO**

Tel. 5950 - 4000 exts. 4530, 7534 y 7518  
atencion.posgrados@ibero.mx  
**[www.ibero.mx/posgrados](http://www.ibero.mx/posgrados)**

Prol. Paseo de la Reforma 880  
Lomas de Santa Fe, CP 01219  
Ciudad de México