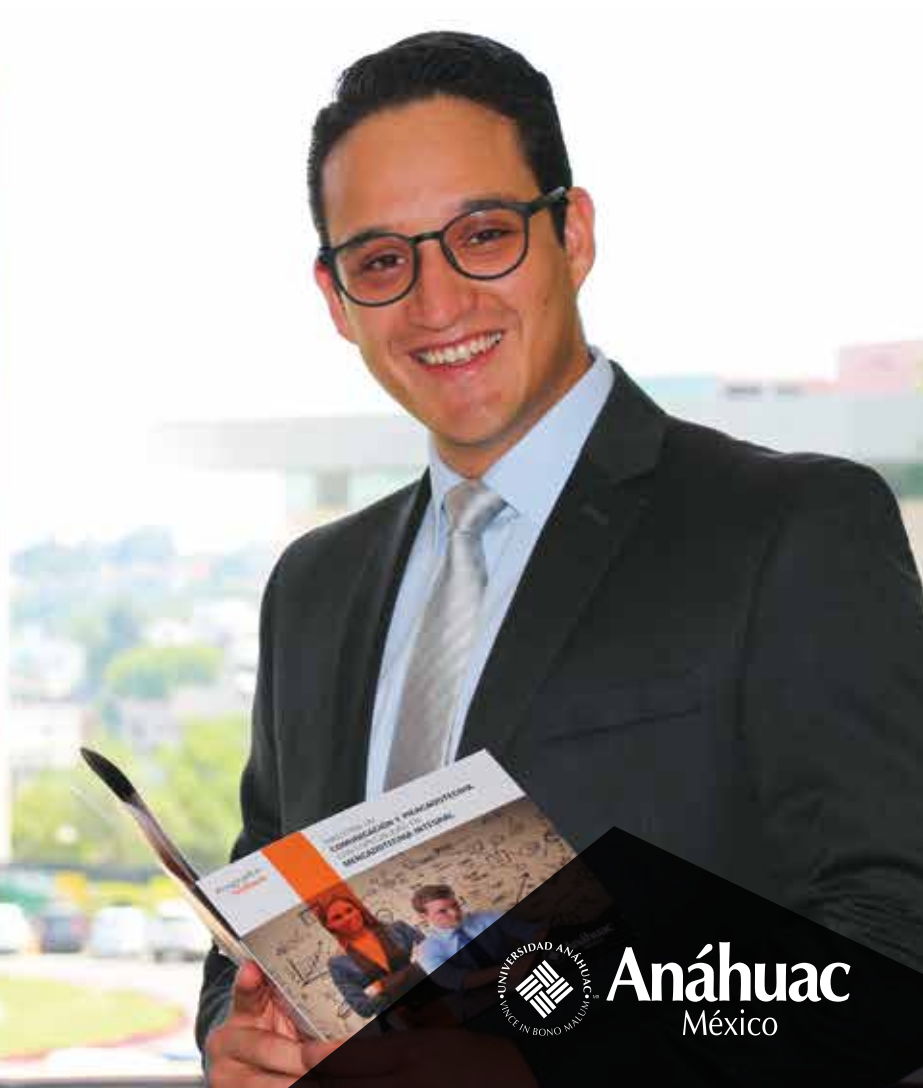


Posgrados
Anáhuac

MAESTRÍA EN
COMUNICACIÓN Y MERCADOTECNIA
CON ESPECIALIDAD EN
MERCADOTECNIA INTEGRAL



Anáhuac
México



MAESTRÍA EN COMUNICACION Y MERCADOTECNIA CON ESPECIALIDAD EN MERCADOTECNIA INTEGRAL

La Universidad Anáhuac surgió en 1964 con el objetivo fundamental de elevar la condición humana y social de los hombres y las mujeres de México mediante la formación integral de líderes de acción positiva con valores y conciencia social.

MISIÓN

Ser una comunidad universitaria que contribuye e impulsa el proceso de formación integral de las personas que por su excelente e innovadora preparación profesional y cultural de nivel internacional, por su profunda formación humana y moral inspirada en los valores perennes del humanismo cristiano, y por su genuina conciencia social sean líderes de acción positiva que promuevan el desarrollo del ser humano y de la sociedad.

La estructura y contenido de nuestro programa responde a las nuevas necesidades del sector empresarial que se han desarrollado en los últimos años y se dirigen hacia los conocimientos y habilidades que fomenten en el profesionista la capacidad analítica, visión metodológica, comprensión de la realidad de los negocios e interacción con las diferentes áreas funcionales de la empresa, particularmente en los ámbitos de la mercadotecnia, la publicidad y la comunicación.

El posicionamiento que el programa ha logrado se debe a las alternativas de especialización en áreas como:

- *Branding*: construcción de marcas poderosas
- Publicidad, creatividad e innovación
- Mercadotecnia analítica
- Mercadotecnia digital

Lo anterior otorga una mayor profundización y enfoque en factores críticos de la organización, orientada a sus mercados y consumidores, a través de plataformas digitales y tradicionales.

OBJETIVO

Formar personas éticas y humanas con los conocimientos, habilidades y destrezas que les permitan asumir el desarrollo de su actividad como directores de mercadotecnia, con responsabilidad, perspectiva global y un enfoque empresarial.

PERFIL DE INGRESO

Egresados de las licenciaturas en Comunicación, Relaciones Públicas, Publicidad, Diseño Gráfico o de otra área profesional, con experiencia laboral vinculada a la mercadotecnia o campos afines que avale su capacidad para desarrollarse exitosamente en el programa (previa aprobación del Comité de Admisiones).



PERFIL DE EGRESO

Al concluir la Maestría en Comunicación y Mercadotecnia, el alumno tendrá las siguientes competencias profesionales y de investigación:

- Dirigirá proyectos integrales y estrategias de construcción, desarrollo y comercialización de productos, servicios y marcas, de manera legal, creativa y exitosa, incorporando las últimas tendencias en la construcción de marcas genuinas, humanas, líderes y memorables que se preocupen por el bienestar de los diferentes públicos, con estricto cumplimiento de los códigos de ética y el cuidado del medioambiente en todos sus ámbitos.
- Logrará un enfoque específico dentro de las áreas electivas profesionales que elija:
 - Branding* (construcción de marcas poderosas)
 - Publicidad, creatividad e innovación
 - Mercadotecnia analítica
 - Mercadotecnia digital
- Estructurará planes integrales de mercadotecnia mediante la toma de decisiones, a través del conocimiento profundo de los modelos actitudinales del consumidor, la investigación constante y la aplicación de las neurociencias.
- Diseñará, producirá y medirá soluciones creativas e innovadoras de publicidad integrada a servicios y marcas que logren satisfacer y exceder las expectativas de los diferentes públicos, mediante estrategias avanzadas, técnicas y uso de la tecnología.

“Estudiar la Maestría en Comunicación y Mercadotecnia en la Universidad Anáhuac México, permite desarrollar tus capacidades directivas a través de estrategias efectivas en la toma de decisiones, con la guía de profesionales líderes de la industria altamente calificados.”

PLAN DE ESTUDIOS

Especialidad en Mercadotecnia Integral (Primer año)					
ÁREA DE CONOCIMIENTO	PRIMER TRIMESTRE	SEGUNDO TRIMESTRE	TERCER TRIMESTRE	CUARTO TRIMESTRE	QUINTO TRIMESTRE
TRONCO COMÚN	Habilidades analíticas y minería de datos	Electiva multidisciplinaria			
	Inteligencia estratégica de mercados	Desarrollo de proyectos <i>transmedia</i>	Mercadotecnia digital		
	Mercadotecnia integral y construcción de marcas				Seminario de Desarrollo de proyectos y emprendimiento
ELECTIVAS ANÁHUAC				Electiva Anáhuac I	
MATERIAS DE LA MAESTRÍA		Innovación y creatividad para la planeación estratégica	Mercadotecnia global	Canales de distribución y <i>retail</i>	Estrategias de precio y promoción
				Estrategias de comunicación publicitaria y patrocinios	
ELECTIVAS PROFESIONALES			Electiva profesional I		

ESTRUCTURA CURRICULAR

La Maestría en Comunicación y Mercadotecnia está conformada por ocho trimestres que se cursan en dos años.

Se ofrecen dos tipos de horarios diseñados para que no interfieran con las actividades laborales de los estudiantes:

Tres días por semana variable entre lunes y viernes, de 19:00 a 22:00 hrs.
Viernes de 19:00 a 22:00 hrs. y sábados de 8:00 a 14:00 hrs.

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Maestría en Comunicación y Mercadotecnia (Segundo año)

SEXTO TRIMESTRE

SÉPTIMO TRIMESTRE

OCTAVO TRIMESTRE

Seminario de Investigación estratégica aplicada al diseño de proyectos

Seminario de Dirección y evaluación de proyectos

Electiva Anáhuac II

Neuromarketing

Auditoría y evaluación de marcas

Electiva profesional II

Electiva profesional III

Fundada en 1970, la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México ha renovado constantemente sus planes de estudio a fin de mantenerse a la vanguardia y responder adecuadamente a los retos que cada etapa de la historia de la sociedad de la información y el conocimiento le ha impuesto. Así, la Facultad ha contado con procesos de actualización y rediseño de sus planes de estudio, lo cual la ubica entre una de las más dinámicas dentro del amplio espectro de escuelas de comunicación del país y de Latinoamérica.

CAMPO LABORAL

Los egresados podrán desarrollarse en puestos clave en áreas de mercadotecnia, comunicación, publicidad y afines, en empresas nacionales y multinacionales o en agencias especializadas, ocupando cargos directivos.

RECONOCIMIENTOS Y ACREDITACIONES

- La Facultad de Comunicación de nuestra Universidad es la segunda en América Latina en ser acreditada por el Accrediting Council on Education in *Journalism and Mass Communication* (ACEJMC).
- Se logró la acreditación internacional por parte del Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo (CLAEP), que constituye la rama académica de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). Es la segunda Facultad de Comunicación en el país en obtenerla.
- Es la primera Facultad de Comunicación del país en obtener la acreditación y reacreditación por el Consejo de Acreditación de la Comunicación (CONAC).
- La Facultad de Comunicación tiene la infraestructura tecnológica más avanzada de todas las escuelas y facultades de Comunicación del mundo de habla hispana, lo cual es reconocido por diversas empresas de tecnología, entre las que destacan Sony, Tascam y Avid.
- Programa acreditado por Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES).

CONVENIOS

- Shanghai International Studies University (SISU), Shanghai, China
- Asociación Mexicana de Comunicadores Organizacionales (AMCO)
- Asociación Mexicana de Agencias de Promociones (AMAPRO)
- Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP)
- Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad Farmacéutica (AMAPF)
- Asociación Mexicana de Mercadotecnia Directa e Interactiva (Directa)
- Asociación Mexicana de Profesionales de Relaciones Públicas (PRORP)
- BBDO México
- Confederación de la Industria de la Comunicación Mercadotécnica en México (CICOM)
- Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT)














REQUISITOS DE ADMISIÓN

1. Integrar un expediente con la siguiente documentación:



-  Título de licenciatura (original y copia)
 -  Cédula profesional (original y copia)
 -  Certificado de estudios de licenciatura (original y copia)
 -  CURP (original y copia)
 -  Acta de nacimiento (original y copia)
 -  Dos cartas de recomendación académica o laboral
 -  Currículum
 -  Seis fotografías recientes de tamaño infantil en blanco y negro
 -  Solicitud de admisión (proporcionada por la Universidad)
2. El mismo día que se entrega la documentación se realiza la entrevista con el coordinador académico del programa. Es indispensable programarla con anticipación.
3. El resultado de la entrevista, así como los documentos, se someten a un Comité de Admisiones, el cual determina qué aspirante es apto para ingresar al posgrado. A quien haya sido admitido se le proporcionará un número de expediente.

Posterior a la admisión deberá pagarse la inscripción correspondiente.

La apertura de este programa está sujeta a un número mínimo de alumnos.

Facultad de Comunicación

RECONOCIMIENTO ACADÉMICO

La Universidad Anáhuac México otorgará el Grado de Especialista en Mercadotecnia Integral y el grado de Maestro en Comunicación y Mercadotecnia al participante que curse y apruebe el total de asignaturas del plan de estudios y la modalidad de titulación autorizada por esta Universidad. Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la Secretaría de Educación Pública por Decreto Presidencial publicado en el *D.O.F.* el 26 de noviembre de 1982.

Coordinación académica:

Mtra. Tania Gutiérrez Rodríguez
tania.gutierrez@anahuac.mx

Coordinación administrativa:

Dra. Claudia Baleón García
claudia.baleon@anahuac.mx

INFORMES

Centro de Atención de Posgrado y Educación Continua
Tels.: (55) 56 27 02 10 ext. 7100 y (55) 53 28 80 87
posgrado@anahuac.mx

Campus Norte

Av. Universidad Anáhuac núm. 46, col. Lomas Anáhuac,
Huixquilucan, Estado de México, C.P. 52786

Campus Sur

Av. De las Torres núm. 131, col. Olivar de los Padres,
Álvaro Obregón, Ciudad de México, C.P. 01780



www.anahuac.mx/mexico/posgrados

GRANDES LÍDERES
Y MEJORES PERSONAS

