Escuela de Doctorado Anáhuac

Posgrados
ANÁHUAC

DOCTORADO EN COMUNICACIÓN Y MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA

Facultad de Comunicación

MÉXICO

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

Contribuir a la formación integral de líderes de acción positiva y promover institucionalmente el desarrollo de las personas y de la sociedad, inspirados en los valores del humanismo cristiano.

Dr. Jorge Alberto Hidalgo Toledo
Coordinador Académico del Doctorado en Comunicación y Mercadotecnia Estratégica

Único Doctorado en Comunicación y Mercadotecnia Estratégica en la oferta nacional. Programa especializado en formar emprendedores, consultores y coordinadores con alta dirección de instituciones públicas y privadas especializadas en temas de comunicación y mercadotecnia. Te invito a ser parte de este proyecto especializado en generar proyectos de innovación y desarrollo mezclando neurociencias, ciencias de datos, comunicación y mercadotecnia estratégica.

Fundada en 1970, la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México ha renovado constantemente sus planes de estudio con el 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.

MISIÓN DE LA FACULTAD

La Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México ofrece programas profesionales para personas que están llamadas al servicio y la transformación social. Los egresados de los programas de licenciatura, maestría y doctorado tienen las competencias y el dominio teórico, técnico y tecnológico que les permiten ubicar la comunicación en el centro estratégico de las instituciones y organizaciones públicas, privadas y del tercer sector con el fin de impulsar cambios profundos y positivos en el terreno económico, político, social y cultural de su país, con una visión motivada de la dignidad y centralidad de la persona humana.

VISIÓN DE LA FACULTAD

Posicionar a la Facultad de Comunicación como la institución con la mayor y mejor oferta académica en la disciplina de la comunicación y del entretenimiento en Latinoamérica, a través de la formación de profesionales de la comunicación y el entretenimiento, convencidos de sus capacidades humanas y técnicas, así como de investigación, con el fin de promover y desarrollar ambientes sociales armónicos que mejoren la calidad de vida de las personas y las organizaciones en un ámbito internacional.

SOBRE EL PROGRAMA

Programa orientado a la formación de investigadores, emprendedores, consultores, gestores y directivos en las áreas de la comunicación y la mercadotecnia estratégica. Ideal para profesionales en el mundo de la publicidad, la mercadotecnia integral, las relaciones públicas, y la comunicación masiva, interna, creativa, organizacional y digital.

Nuestro plan de estudios permitirá a los estudiantes desarrollar las competencias y el dominio teórico, administrativo y de investigación con el que podrá ubicar la comunicación en el corazón neurálgico y estratégico de las instituciones y organizaciones públicas, privadas y del tercer sector para impulsar cambios profundos y positivos en el ámbito económico, político, social y cultural.

El claustro docente está integrado por investigadores y profesionales en las diferentes áreas de la comunicación y la mercadotecnia estratégica, varios de ellos miembros del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) y que cuentan con publicaciones en revistas y libros. Además, trabajan para que nuestros estudiantes y egresados asuman un liderazgo nacional e internacional en la investigación, consultoría y gestión, con el fin de enriquecer el campo de la comunicación y la mercadotecnia.

El programa es ideal para quienes desean incentivar una visión crítica, propositiva y socialmente responsable de los procesos de la comunicación, así como para aquellos que están profundamente convencidos del poder de la comunicación para desarrollar ambientes sociales armónicos y que mejoren la calidad de vida de las personas.

OBJETIVO

Formar profesionales especializados con sólidos conocimientos teóricos y prácticos que brinden consultoría y asesoría en los campos de la comunicación y la mercadotecnia, basándose en la investigación aplicada y generación del conocimiento, principalmente en el diseño e implementación de estrategias exitosas para los planes de negocio y la transformación digital de las organizaciones. Además, brindarles las herramientas para responder al entorno global, digital y cambiante de las organizaciones.

Ser un espacio de análisis, crítica e investigación aplicada sobre el comportamiento y situaciones de mercado en materia de comunicación y mercadotecnia nacional y global en cuanto a su economía, nivel cultural, política empresarial, políticas de canales de comercialización, logística de distribución, planeación en medios, planeación y evaluación de la comunicación tradicional y digital, manejo de ciencias de datos y modelos predictivos, así como las neurociencias para comprender la conducta del consumidor en la era digital.

PERFIL DE INGRESO

Egresados de las licenciaturas y maestrías en comunicación, administración, mercadotecnia, actuaría, diseño, economía, ingeniería y áreas afines, o de cualquier área con experiencia profesional en comunicación o mercadotecnia.

PERFIL DE EGRESO

Los egresados serán personas íntegras, con una profunda formación humana y moral inspirada en los valores perennes del humanismo cristiano, con los suficientes conocimientos, habilidades y destrezas que le permitan asumir el desarrollo de su actividad, con responsabilidad, de manera práctica, con perspectiva global y con enfoque empresarial.

ÁREAS DE DESEMPEÑO PROFESIONAL Y PERSONAL

Como resultado del aprendizaje adquirido en la Universidad Anáhuac México, el egresado se desarrollará en las siguientes áreas académicas:

COMUNICACIÓN Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

- Desarrollo de estrategias y planes estratégicos de comunicación claros, contundentes y éticos, orientados a las audiencias clave para posicionar un servicio o producto.
- Selección y uso de los medios de comunicación tradicionales o digitales a partir de los resultados de su evaluación, para obtener la respuesta esperada por el consumidor y lograr una ventaja competitiva.
- Análisis de la información y elaboración de reportes que integren los hallazgos de los análisis estadísticos para fortalecer la toma de decisiones estratégicas.
- Realización e integración de productos de investigación con el fin de difundir los hallazgos para el avance y desarrollo del mundo profesional en su campo de acción, agregando valor a las áreas o empresas.

MERCADOTECNIA Y ESTUDIOS DEL CONSUMIDOR

- Elaboración de planes de medios con metas alcanzables con el fin de recuperar y superar la inversión en los medios seleccionados, tomando en cuenta los objetivos de la empresa y los recursos de mercadotecnia.
- Brindar consultorías estratégicas en temas de comunicación y mercadotecnia, ejercitando un liderazgo centrado en la persona para promover el desarrollo de la empresa.
- Generar soluciones prácticas y de valor en el mercado para el logro de mejoras significativas en la gestión de la comunicación y la mercadotecnia.
- Analizar el comportamiento y los factores del consumidor, con base en la investigación aplicada, con el fin de integrarlos en el diseño e instrumentación de campañas de mercadotecnia y comunicación para el lanzamiento o mejora de la inserción de productos y servicios en el mercado.

PLAN DE ESTUDIOS

Primer semestre	Seminario de Investigación en comunicación y mercadotecnia I	Seminario en Dirección y estrategia de mercadotecnia	Neurociencias aplicadas al consumidor
Segundo semestre	Planeación de la comunicación en medios digitales	Seminario de Investigación y habilidades analíticas	Materia electiva humanística
Tercer semestre	Evaluación de la comunicación en medios tradicionales y digitales	Seminario de Investigación en comunicación y mercadotecnia II	Seminario de Estrategias y técnicas de consultoría
Cuarto semestre	Seminario de Investigación de modelos predictivos	Tópicos en mercadotecnia digital	Materia electiva de estudios generales
Quinto semestre	Seminario de Investigación en comunicación y mercadotecnia III	Materia electiva humanística	
Sexto semestre	Seminario de Investigación en comunicación y mercadotecnia IV	Materia electiva de especialización	

MATERIAS ELECTIVAS

- Planeación y estrategia de la comunicación
- Mercadotecnia de responsabilidad social
- Modelos de evaluación de la estrategia digital y otros medios
- Comportamiento del consumidor en la era digital

ESTRUCTURA CURRICULAR

- La duración es de tres años en plan ideal.
- Está compuesta por seis trimestres, cursando tres materias los dos primeros años y dos materias por semestre el último año.
- El modelo es híbrido.
- Campus Norte.

Se cursa jueves y viernes de 7:00 a 10:00 am y sábados de 7:00 a 11:30 am.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN Y APLICACIÓN DE CONOCIMIENTO

El Doctorado en Comunicación y Mercadotecnia Estratégica está adscrito al Human and Nonhuman Communication Lab y al Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México.

Es un programa de orientación profesional que pretende realizar investigación aplicada y aprovechar la experiencia en el campo laboral de los estudiantes para enriquecer y actualizar los conocimientos a través de un enfoque constructivista, poniendo en práctica la teoría y provocando en los doctorandos la capacidad de análisis y pensamiento crítico que les permita desarrollarse en el mundo profesional como expertos en su campo de acción, agregando valor a las área o empresas bajo su responsabilidad y teniendo en cuenta el ambiente altamente competido que existe en estas disciplinas.

La actividad de investigación relacionada con el programa se da de manera transversal en las asignaturas que se curan en el programa, ya que el resultado deberá llevar a la innovación y desarrollo de nuevos productos, servicios, contenidos, modelos de consultoría y gestión; a dar respuesta a un problema planteado dentro de una organización, a la generación de diagnósticos organizacionales y métodos de intervención para la transformación digital de una organización.

Entre las temáticas que los doctorandos podrán desarrollar están:

- Creación, investigación y diagnósticos de marcas
- Investigación de mercados
- Tendencias del consumidor
- Minería de datos, big y smart data
- Modelos predictivos
- Comunicación organizacional
- Comunicación y mercadotecnia digital
- Mercadotecnia política
- Mercadotecnia operativa
- Conducta del consumidor
- Comunicación estratégica

La investigación estará orientada a la obtención de conocimientos sólidos e innovadores relacionados con la comunicación, la mercadotecnia y los medios tradicionales y digitales para desarrollar estrategias orientas a acelerar el crecimiento de los negocios en un ambiente dinámico, global y altamente competido, además de proponer soluciones adecuadas a problemas reales en un determinado contexto, sin perder la visión global.

TITULACIÓN

- **Tesis:** La Tesis de Grado Doctoral consiste en un trabajo original desarrollado con rigor metodológico que contribuya a la generación de nuevos conocimientos, o bien amplíe, perfeccione o aplique el conocimiento existente en un área del programa académico Art. 29 CRA.

CONVENIOS NACIONALES E INTERNACIONALES

Agencias de Acreditación:

- Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior, A.C. (CIEES)
- Consejo de Acreditación de la Comunicación (CONAC)
- Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo y Comunicación (CLAEP)
- Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communications (ACEJMC)

Asociaciónes Académicas:

- Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC)
- Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS)
- Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC)
- Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC)
- Academia Mexicana de la Comunicación, A.C. (AMDC)
- Asociación Nacional de la Publicidad (ANP)
- Alianza por el Valor Estratégico de las Marcas (AVE, antes AMAP)
- Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado (AMAI)
- Asociación Mexicana de Profesionales de Relaciones Públicas, A.C. (PRORP)
- Confederación de la Industria de la Comunicación Mercadotécnica (CICOM)
- Comscore
- IPSOS Bimpsa
- Asociación A Favor de Lo Mejor, A.C.

Medios de Comunicación:

- Notimex
- Y&R
- El Financiero
- El Heraldo de México
- NRM Comunicación
- A&E
- MVS
- Grupo ACIR

ACTIVIDADES ADICIONALES

COMPROMISO SOCIAL
- El voluntariado más grande a nivel nacional de universidades privadas
- Brigadas nacionales e internacionales

ACTIVIDADES ARTÍSTICAS
- Visitas guiadas a centros culturales
- Presentaciones de danza, música y teatro
- Talleres de danza, música, canto, artes visuales y pintura

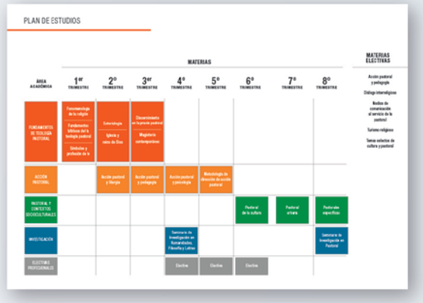
DEPORTES
- Gimnasio
- Muro para escalar
- Canchas (futbol soccer, futbol americano, tenis, voleibol, basquetbol y pádel)
- Pista de atletismo

PASTORAL
- Acción social
- Misiones de evangelización
- Actividades de formación integral y conciencia social
- Conferencias
- Retiros espirituales

Nuevo modelo académico

Plan de estudios

Es el documento oficial que describe el perfil profesional de egreso conformado por las asignaturas que deberás cursar. En tu escuela o facultad han diseñado un mapa curricular que es una propuesta del orden en el que puedes cursar tus asignaturas y la carga académica sugerida por periodo. En el plan de estudios se señala el número de créditos de las asignaturas o actividades académicas que debes completar.



Identificación de materias

Cada asignatura se identifica por una clave, por ejemplo: ECO5509. Una misma asignatura puede aparecer en los planes de estudio de otros programas.
Algunas asignaturas tienen **prerrequisito**, es decir, que para cursarlas necesitas haber aprobado previamente las asignaturas señaladas como prerrequisitos.

Estructura curricular

Tu plan de estudios se integra por un bloque obligatorio y otro electivo.

El modelo académico de posgrado otorga créditos a actividades de formación académica, por ejemplo publicar artículos, realizar estancias de investigación o profesionales, asistir a congresos, impartir conferencias, entre otras.

Los alumnos interesados en realizar estas actividades deberán solicitar al coordinador académico su autorización previa.

Modelo académico de posgrado

Bloque Obligatorio
Asignaturas que deberás cursar para lograr el perfil de egreso. Asegúrate de acreditarlas todas.

Bloque Electivo
Asignaturas de diversos ámbitos de especialización que te permite inclinar tu trayectoria académica, según tus intereses y necesidades.

Asignaturas electivas profesionales
Para cubrir estos créditos podrás elegir asignaturas:
- Profesionales electivas de tu plan de estudios.
- Profesionales (obligatorias o electivas) de otros programas de posgrado de tu misma escuela o facultad.

Asignaturas de formación multidisciplinar (FMD)
Para favorecer una perspectiva multidisciplinaria, en algunos planes de estudio se requiere que cumplas créditos de asignaturas de otras escuelas o facultades.

Área de concentración profesional
Algunos planes de estudio incluyen en el bloque electivo asignaturas profesionales para la especialización en temas específicos.

Si tu plan de estudios no lo contempla, aparecerán cero créditos en este apartado.

Asignaturas de Formación Anáhuac (FAN)
Para fortalecer tu formación integral deberás cubrir estos créditos cursando Asignaturas de Formación Anáhuac.

Estas están incluidas en los planes de estudio de otras facultades, o bien, en la oferta académica de posgrado de la Dirección Académica de Formación Integral (DAFI).

Selección de cursos

Es importante que selecciones e inscribas oportunamente las asignaturas que desees cursar en cada periodo.

La mayoría de las asignaturas de un plan de estudios tiene un costo determinado con base en un factor de cobro asignado a dicho programa. Sin embargo, puede darse el caso de que hayan sido incluidas en el plan de estudios o que tú selecciones asignaturas de otros programas como obligatorias o electivas, **cuyo costo sea diferente** a las demás asignaturas de tu plan de estudios.

Acude con tu coordinador para que te oriente y aclare cualquier duda que tengas sobre este proceso.

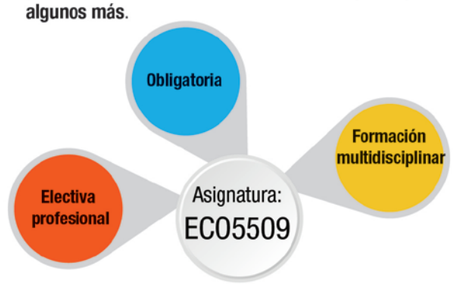
¿Cómo abonan las asignaturas a tu historia académica?

En cada plan de estudios hay asignaturas que solo pueden ser cursadas por los alumnos de ese programa en particular, otras que solo pueden cursar alumnos de esa escuela o facultad, y finalmente, otras que pueden ser cursadas por alumnos de cualquier programa de posgrado.

Es decir, **una misma asignatura puede ser obligatoria para los alumnos de un programa, electiva profesional para los de otro o de formación multidisciplinar para algunos más**.

Puedes verificar con tu coordinador cómo abona cada asignatura a tu historia académica.

Al aprobar una asignatura, el sistema identifica en qué programa estudia el alumno y, con base en eso, analiza a qué bloque o subbloque abona y la registra en su historia académica.



El siguiente cuadro muestra el proceso de validación que se sigue.

			Bloque al que abonará la asignatura				
				Electivo			
Facultad	Plan de estudios	Bloque en el que se ubica una asignatura	Obligatorio	Área de concentración	Profesional	Formación Anáhuac	Formación Multidisciplinar
De tu facultad	De tu plan de estudios	Obligatorio	X				
		Electivo área de concentración		X			
		Electivo profesional			X		
		Electivo profesional excedente con atributo FAN *				X	
		Electivo profesional excedente con atributo FMD *					X
	De otro plan de estudios	Obligatorio			X		
		Área de concentración o electivo profesional			X		
		Obligatorio o electivo con atributo FAN o FMD			X		
		Obligatorio o electivo excedente con atributo FAN *				X	
		Obligatorio o electivo excedente con atributo FMD *					X
De otra facultad o área	Dirección Académica de Formación Integral (DAFI)	De Formación Anáhuac (todas tienen atributo FAN)				X	
	De otro plan de estudios	Obligatorio o electivo con atributo FAN				X	
		Obligatorio o electivo con atributo FMD					X

““El arte de la comunicación es el lenguaje del liderazgo”

— James C. Humes

REQUISITOS DE ADMISIÓN

1. Llenar la solicitud proporcionada en la misma Universidad de forma física o electrónica. Deberá acompañarse de los siguientes documentos:

- Acta de nacimiento (original y copia).
- Copia de título de la licenciatura en tamaño carta por ambos lados (original y copia)
- Copia de la cédula profesional por ambos lados (original y copia)
- Copia de título de Maestría en tamaño carta por ambos lados (original y copia)
- Copia de la cédula profesional de Maestría por ambos lados (original y copia)
- Certificado de estudios con sello de la SEP en tamaño carta
- Copia de la CURP
- Currículum
- Dos cartas de recomendación de experiencia laboral o académica
- Seis fotografías tamaño infantil en blanco y negro
- Protocolo de investigación

2. Entrevista personal con el coordinador (para ello es necesario solicitar una cita).

DOCTORADO EN COMUNICACIÓN Y MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA

RECONOCIMIENTO ACADÉMICO
La Universidad Anáhuac México otorgará el grado de Maestro en Filosofía Personalista al participante que curse y apruebe el total de asignaturas del plan de estudios y la modalidad de titulación autorizada por esta Institución. 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:
Dr. Jorge Alberto Hidalgo Toledo
jhidalgo@anahuac.mx
Tel.: 55 56 27 02 10 ext. 8674

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
anahuac.mx/mexico
anahuac.mx/mexico/posgrados

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

Campus Sur
Av. de los Tanques 865, col. Torres de Potrero,
Álvaro Obregón, Ciudad de México, C.P. 01840

Anáhuac México

Trasciende con conocimientos

Posgrados ANÁHUAC