

**MAESTRÍA EN DIRECCIÓN
DE COMUNICACIÓN
MERCADOLÓGICA PARA VIDA Y
ESTILO**





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.

MENSAJE DEL DIRECTOR



La Maestría en Dirección de Comunicación Mercadológica de Vida y Estilo forma profesionales capaces de diagnosticar, intervenir y evaluar problemas en las direcciones de comunicación, tanto en el ámbito empresarial como social. Les proporcionará herramientas teóricas y prácticas para diseñar y ejecutar políticas sustentadas en los estilos de vida, como factores económicos, sociales y culturales.

El programa también busca fomentar la innovación y el emprendimiento, con bases sólidas en comunicación y mercadotecnia. Nuestros egresados incidirán positivamente en negocios, empresas e instituciones, comprendiendo el impacto de los estilos de vida y su relación con la cultura de consumo.

SOBRE LA FACULTAD

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 han impuesto. También ha contado con procesos de actualización y rediseño de sus planes de estudio, lo cual la ubica entre una de las facultades 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.

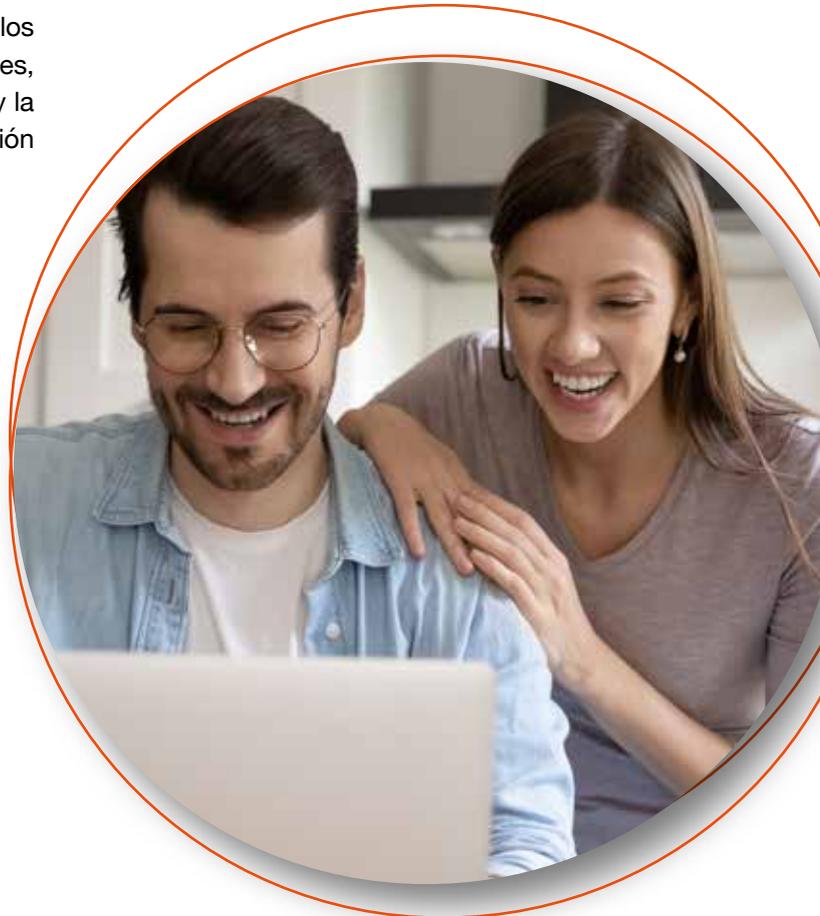


SOBRE LA MAESTRÍA

El programa está dirigido a personas con formación profesional en cualquier campo del conocimiento, preferentemente en las áreas de comunicación, mercadotecnia, administración, dirección de empresas de entretenimiento, publicidad, relaciones públicas, diseño gráfico, diseño de modas, arquitectura, gastronomía, turismo, periodismo y medios, o profesionistas con experiencia profesional vinculante al ámbito de la comunicación y la mercadotecnia en empresas y organizaciones públicas, privadas y sociales.

OBJETIVO

Formar profesionales capacitados para diagnosticar, intervenir y evaluar problemáticas en las direcciones de comunicación en los ámbitos empresarial, institucional y social. Estos profesionales estarán preparados para diseñar, ejecutar y evaluar políticas, programas y acciones que impacten positivamente en los negocios, empresas, instituciones y organizaciones sociales. Utilizando conocimientos teóricos y herramientas prácticas de comunicación y mercadotecnia, se enfocarán en los estilos de vida como factores económicos, sociales y culturales, incidiendo en la cultura de consumo, el impacto social y la identidad sociocultural. Además, fomentarán la innovación y el emprendimiento en un entorno globalizado.



PERFIL DE INGRESO

El candidato para ingresar a la Maestría de Dirección de Comunicación Mercadológica para Vida y Estilo debe manifestar interés por ampliar sus conocimientos, habilidades y aptitudes a través de estudios de posgrado, para desarrollar competencias profesionales en el campo de comunicación mercadológica para negocios de vida y estilo, con el apoyo de estudios humanísticos interdisciplinarios y generales.

PERFIL DE EGRESO

El egresado de este programa será una persona íntegra, con una profunda formación humana y moral inspirada en los valores perennes del humanismo cristiano, con los conocimientos, habilidades y destrezas que le permitan asumir el desarrollo de su actividad, con responsabilidad, de manera práctica, con perspectiva global y con un enfoque empresarial.

El maestro en Dirección de Comunicación Mercadológica para Negocios de Vida y Estilo interviene como creador, diseñador, gestor, difusor y evaluador de proyectos, además de dirigir campañas y productos de comunicación y mercadotecnia en ámbitos pertinentes del campo de los negocios, las empresas, las instituciones u otras organizaciones atendiendo con énfasis en las dimensiones perceptivas, cognitivas y actitudinales de los conceptos de vida y estilo considerando sus implicaciones económicas, sociales y culturales tanto en nivel individual como colectivo. El egresado es capaz de diagnosticar problemas y ofrecer soluciones creativas y originales a las necesidades y expectativas de organizaciones tanto de negocios como no lucrativas en materia de comunicación y mercadotecnia para cumplir con sus propósitos comerciales o funciones sociales.

COMPETENCIAS PROFESIONALES

1. Análisis del entorno y estilos de vida: Examina las condiciones cambiantes del entorno y las diversas perspectivas sobre los estilos de vida, utilizando herramientas analíticas avanzadas para desarrollar acciones comunicativas y proyectos mercadológicos que fomenten un crecimiento sustentable en aspectos sociales, económicos, culturales y políticos.
2. Propuesta de soluciones para públicos diversos: Ofrece soluciones a las necesidades y expectativas de diferentes grupos socioculturales, promoviendo la responsabilidad social y la sustentabilidad mediante estrategias de comunicación asertiva y empática, alineadas con los intereses de los públicos.
3. Colaboración en equipos diversos: Trabaja en equipos multi e interdisciplinarios, con respeto a la diversidad y apertura intelectual, para lograr objetivos comunes en organizaciones, negocios y otras entidades, considerando los estilos de vida de los colaboradores y de las audiencias.
4. Dirección de proyectos de intervención: Lidera planes y proyectos enfocados en los estilos de vida de las audiencias y mercados, buscando cumplir objetivos y posicionar marcas, productos, servicios e ideas, siempre con una visión orientada al bienestar colectivo y al impacto positivo en las organizaciones o instituciones.

PLAN DE ESTUDIOS

Primer trimestre	Habilidades directivas para empresas de comunicación	Mercadotecnia integral y construcción de marcas	Caza de tendencias
Segundo trimestre	Propiedad intelectual y legislación en la era digital	Microtendencias y microsegmentación para estilos de vida	Inteligencia estratégica del consumidor
Tercer trimestre	Relaciones públicas estratégicas	Mercadotecnia experiencial y percepción sensorial de marca	Sistemas de negociación y compra de medios convencionales y digitales
Cuarto trimestre	Mercadotecnia de atracción	Mercadotecnia digital	Planeación estratégica de medios digitales y convencionales
Quinto trimestre	Antropología de la acción directiva	Neurociencias y comportamiento del consumidor en la era digital	Economía conductual
Sexto trimestre	Eventos en línea y transmisión en vivo		Electiva
Séptimo trimestre	Seminario de emprendimiento en comunicación para vida y estilo		Electiva
Octavo trimestre	Seminario de investigación y dirección de proyectos en comunicación para vida y estilo		Electiva

ÁREAS ACADÉMICAS

 Dirección, gestión y administración

 Mercadotecnia

 Electivas Profesionales

 Investigación aplicada

 Economía y estrategia

ESTRUCTURA CURRICULAR



La duración es de dos años en plan ideal.
Está compuesta por ocho trimestres, cursando dos o tres materias al trimestre.
El modelo tiene modalidad híbrida

Campus Norte

Se cursa de lunes a jueves de 19:00 a 22:00 horas

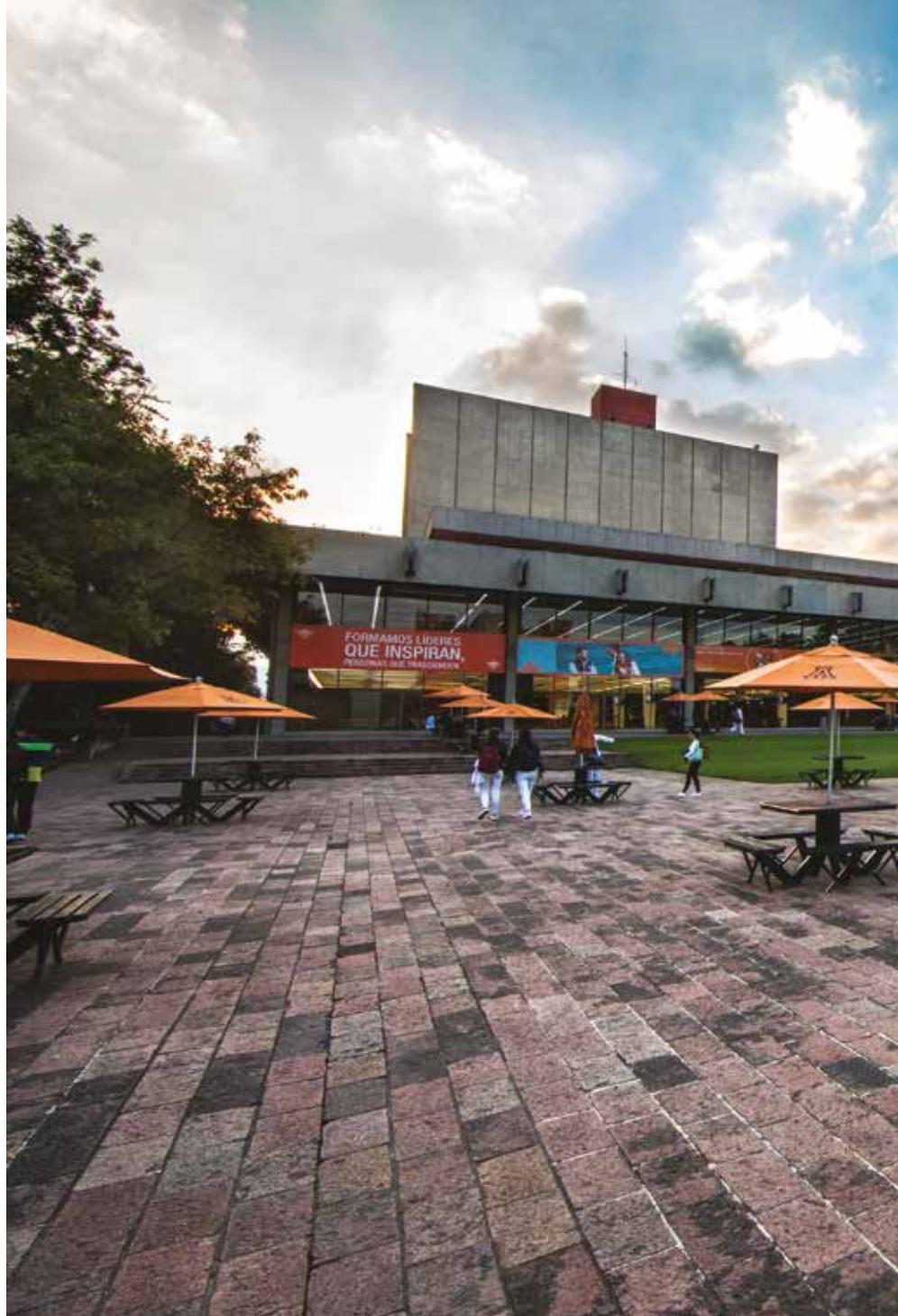
TITULACIÓN

Contamos con cuatro formas de titulación:

- Examen General de Conocimiento: el alumno de maestría podrá optar por la presentación del Examen General de Conocimientos, el cual versará sobre los resultados de aprendizaje generales del Programa Académico cursado y, en general, los conocimientos, actitudes, valores y el desarrollo de habilidades logrados. Art. 48 CRA.
- Estudios Complementarios (Diplomados): el alumno que haya concluido la totalidad de los créditos del programa que cursó podrá elegir la opción de Estudios Complementarios. Estos son estudios acordes al perfil de egreso de los programas de maestría, diseñados u homologados por la Escuela o Facultad, cuyo fin es profundizar o adicionar conocimientos y técnicas a la formación adquirida en el programa de Maestría cursado. Art. 53 CRA.
- Trabajo Aplicativo: el alumno podrá optar por obtener el grado mediante la presentación de un Trabajo Aplicativo en el que plantee una solución práctica a un problema específico del campo profesional en que se desempeña, aplicando los conocimientos adquiridos en el programa cursado. El alcance del Trabajo deberá ser delimitado de forma conjunta por el asesor del mismo y el coordinador del programa. Art. 60 CRA.
- Tesis: la Tesis de Grado de Maestría 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.

“El *marketing* no es solo vender productos, sino vender un estilo de vida que haga que los consumidores se sientan identificados con la marca”.

— PHILIP KOTLER



REQUISITOS DE ADMISIÓN

1. Llenar solicitud, la cuál será proporcionada en la misma universidad de forma física o electrónica, y deberá acompañarse de los siguientes documentos:
 - Acta de nacimiento original
 - Copia de título de la licenciatura en tamaño carta por ambos lados
 - Copia de la cédula profesional por ambos lados
 - 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
2. Entrevista personal con el coordinador de la maestría. Para ello es necesario solicitar una cita.

MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN MERCADOLÓGICA PARA VIDA Y ESTILO

Reconocimiento académico:

La Universidad Anáhuac México otorgará el grado de Maestro en Dirección de Comunicación Mercadológica para Vida y Estilo 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:

Coordinación académica
Dra. Erika Del Castillo Lince
erika.delcastillo@anahuac.mx
Tel.: 55 56 27 020 10 ext. 7284

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



Trasciende con conocimientos

Posgrados
ANÁHUAC

