



Maestría en Administración de Negocios con Orientación en Mercadotecnia



ANTECEDENTES DE INGRESO

El aspirante a la Maestría en Administración de Negocios con Orientación en Mercadotecnia deberá contar con:

- Certificado o Título de Licenciatura en el Área de Ciencias Sociales: Educación, Pedagogía, Derecho, Comunicación, Filosofía, Historia o afines.
- Certificado o Título en el Área de Arte y Diseño: Arquitectura, Diseño Gráfico, Diseño de Modas, Diseño Industrial, Historia del Arte o afines.
- Certificado o Título de Licenciatura en el Área de Salud: Psicología, Nutrición, Terapia Física, Medicina, Enfermería, Química, Física, Químico Farmacobiólogo o afines.
- Certificado o Título de Licenciatura en Ciencias Económico Administrativas: Economía, Administración, Contaduría, Mercadotecnia, Finanzas, Negocios o afines.
- Certificado o Título de Licenciatura en Ingeniería: Industrial, en Alimentos, Sistemas, Civil, Mecánica, Mecatrónica, Eléctrica, Biomédica, Gestión de Tecnologías de la Información, Negocios y Manufactura o afines.
- Certificado o Título de Licenciatura en el Área de Ciencias: Actuaría, Biología, Física, Matemáticas o afines.
- Certificado o Título de Licenciatura en el Área de Deportes: Administración Deportiva, Educación Física, Deportes, Psicología Deportiva, Actividad Física y Deporte, Cultura Física y Deportes, Ciencias del Ejercicio, Ciencias Aplicadas al Deporte, Entrenamiento Deportivo o afines.
- Certificado o Título de Licenciatura en el Área de Hospitalidad, Gastronomía y Turismo: Administración Hotelera, Gastronomía, Ciencias de Los Alimentos, Administración de Restaurantes, Turismo, Organización de Eventos, Tecnología de los Alimentos, Negocios Gastronómicos, Administración de Empresas Turísticas o afines.
- Profesionalista con Título de Licenciatura y dos años de Experiencia en Empresas o Instituciones Públicas o Privadas.

PERFIL DE INGRESO

- Interesado en superarse personal y profesionalmente.
- Comprometido con la calidad global y la excelencia.
- Aspirar a ser profesionales que agreguen valor a la sociedad.
- Interesado en adquirir conocimientos y habilidades.
- Dispuesto a formarse utilizando medios digitales y a adaptarse a la innovación tecnológica y educativa.

PERFIL DEL EGRESADO

El egresado de la Maestría en Administración de Negocios con Orientación en Mercadotecnia será capaz de agregar valor en el ámbito empresarial al desarrollar:

CONOCIMIENTOS

- Metodologías y técnicas de la Inteligencia de mercados.
- Estrategias de precios.
- Estrategias de mercadotecnia digital.
- Estrategias de nuevos productos.

HABILIDADES

- Aplicar las herramientas de la inteligencia de mercados para obtener información que oriente la toma de decisiones con respecto a la comercialización de un bien o servicio.
- Determinar las estrategias que se adapten en la determinación de los precios de los productos y/o servicios.
- Analizar el impacto de los productos de la competencia para obtener el margen de contribución y diseñar las estrategias competitivas.
- Determinar las estrategias de mercadotecnia digital que mejor se adapten a las características de la empresa permitiéndole lograr el posicionamiento de su marca.
- Diseñar y lanzar un producto y/o servicio nuevo considerando el mercado potencial, el ciclo de vida y su rentabilidad a largo plazo.
- Aplicar diferentes técnicas de creatividad para la concepción de nuevos productos.
- Aplicar estrategias de investigación para el desarrollo de nuevos productos.
- Considerar los aspectos legales en el diseño de nuevos productos.

ACTITUDES

- Orientar a la empresa hacia las actividades de mayor valor, susceptibles de dar una ventaja competitiva sustentable frente a los nuevos competidores.
- Competitivo ante la creciente oferta de bienes y servicios.
- Emprendedor e innovador en el diseño de productos y servicios.
- Trabajar bajo presión.
- Espíritu de servicio al cliente.
- Análisis, sintético y crítico de las situaciones sociales, económicas, políticas y culturales que determinan las necesidades de la población.
- Sensible a las necesidades y demandas del consumidor.
- Ético en su ejercicio profesional.
- Socialmente responsable en el diseño de planes de mercadotecnia.
- Líder en los proyectos mercadológicos.
- Autogestivo en el aprendizaje continuo para mantenerse actualizado en el área profesional.
- Dispuesto a enfrentar los cambios constantes que determinan las preferencias de los consumidores.
- Interesado por mantenerse informado y consciente de la problemática de su entorno.
- Proactivo y honesto en su desempeño profesional.
- Tolerante y respetuoso de la diversidad de ideas en el diseño de planes de mercadotecnia.
- Visión prospectiva en el diseño, distribución y posicionamiento de productos.
- Honesto en el manejo de la información derivada de la investigación de mercados.
- Comprometido con el desarrollo sustentable en el diseño de productos, servicios y estrategias de comercialización.
- Dispuesto a trabajar en equipo en los diversos proyectos emprendidos.



REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

- I. Presentar original del acta de nacimiento, copia de la CURP y 4 fotografías tamaño infantil en blanco y negro.
- II. Tener estudios concluidos de licenciatura debiendo entregar copia del certificado de estudios, así como copia del título y cédula profesional en las fechas que el campus señale.

En caso de que los estudios de posgrado se realicen como una opción de titulación de la licenciatura se deberá ajustar a lo previsto en el artículo 11 del Reglamento General de Estudiantes de Tipo Superior.
- III. Haber obtenido un promedio de calificaciones mínimo de 7.0 en la licenciatura.
- IV. Presentar una carta de exposición de motivos para estudiar el posgrado.
- V. Entrevista con el Director o Coordinador de Posgrado o bien con la persona que al efecto designe.
- VI. Que el estudiante se ajuste a los horarios de clase que la Universidad determine para la impartición de las asignaturas del plan de estudios al que pretende ingresar.
- VII. En caso de que los estudios de licenciatura los haya realizado en el extranjero, deberá presentar la revalidación de estudios emitida por la autoridad competente dentro de los 45 días hábiles siguientes al inicio de su primer ciclo escolar.
- VIII. Cumplir con todos y cada uno de los requisitos previstos en las fracciones V, VI, VII, VIII, IX y X inciso C (cuando éste proceda) del artículo 8 del Reglamento General de Estudiantes de Tipo Superior.



REQUISITOS DE TITULACIÓN

- I. Haber obtenido el 100% de los créditos en cada una de las áreas curriculares que comprende el plan de estudios correspondiente dentro de los plazos establecidos, incluyendo las materias extracurriculares, optativas, electivas y propedéuticas, según el caso.
- II. No tener alguna sanción académica, disciplinaria o estar suspendido en sus derechos.
- III. Haber cumplido con toda la documentación necesaria en tiempo y forma, así como los procedimientos establecidos por el campus de conformidad a la norma educativa y demás ordenamientos institucionales.
- IV. Realizar en forma oportuna el pago de derechos con la cuota vigente al momento de realizar la solicitud correspondiente.
- V. Obtener del área de Servicios Escolares del respectivo campus, la revisión de estudios correspondiente.
- VI. Los demás requisitos y trámites previstos en el Reglamento de Titulación de la Universidad.

PLAN DE ESTUDIOS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
CON ORIENTACIÓN EN MERCADOTECNIA

universidaduvm.mx | 01 800 0000 UVM (886)

EJES CURRICULARES

AP Área Propedéutica

AF Área Fundamental

AE Área Especialización



Acreditada por:

