



Maestría en Administración de Negocios con Orientación en Mercadotecnia



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 bienes y servicios
- Emprendedor e innovador en el diseño de productos y servicios
- Trabajar bajo presión
- Espíritu de servicio al cliente
- Analítico, sintético y crítico de los 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