

MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA CON MENCIÓN EN GERENCIA DE MARCA

**MASTER IN MARKETING,
MENTION IN BRANDING**

POSGRADOS

udla

Única universidad en el Ecuador con
acreditación institucional en Estados Unidos

SIEMPRE
HAY
MAS
AM

SIEMPRE
HAY MAS
METAS
PARA TI



El mundo necesita inspiración, nuevos líderes, expertos, héroes y referentes.

Gente consciente de que no hay que conformarse cuando siempre se puede lograr más.

Y es que siempre hay más. Más ojos abiertos ante las oportunidades y actitud para desafiarlas.

Siempre hay más historias de éxito que pueden ser contadas, metas por alcanzarse y barreras que destruir.

Siempre hay más necesidades de crecer, de salir de la comodidad, de demostrarte a ti mismo y a todos, que estás listo para algo mucho más grande.

POSGRADOS UDLA

Siempre hay más


POSGRADOS

The logo for UDLA, featuring the letters 'udla' in a white, lowercase, cursive script font on a black background.

Única universidad en el Ecuador con
acreditación institucional en Estados Unidos



**¿Por qué
estudiar la
Maestría en
Mercadotecnia
con mención
en Gerencia de
Marca?**



Actualmente, el entorno corporativo requiere de profesionales capaces de transformar oportunidades en ventajas competitivas de negocio. Más aún, en el área de *marketing* donde las nuevas tendencias, junto al surgimiento de conceptos, estrategias y tecnologías disruptivas demandan la formación de expertos capaces de comprender los retos que la **gerencia de marca** supone para el éxito empresarial.

La Maestría en Mercadotecnia con mención en Gerencia de Marca de la UDLA constituye un programa de alto nivel, diseñado para que sus graduados destaquen sin desvincularse del ámbito laboral. Su malla curricular está estructurada a partir de **15 módulos especializados en mercadeo avanzado**, complementados con materias de formación directiva y gerencial. Temas como *neuromarketing*, *business intelligence* y *branding* son analizados por los maestrantes con el fin de aplicarlos en el contexto nacional.

BIENVENIDOS



Un contexto globalizado, dinámico y en constante transformación, exige la preparación de profesionales competentes, emprendedores y capaces de comprender los retos y desafíos que el mundo actual plantea. En ese sentido, la Universidad de Las Américas (UDLA), a través de sus programas de posgrados, ofrece una sólida y amplia oferta académica que, sin lugar a dudas, contribuye a la formación de personas con sentido crítico y alto compromiso con el desarrollo económico y social del país.

Todos los programas combinan el aspecto teórico con la práctica profesional para que nuestros maestrantes, al tiempo de adquirir un sobresaliente perfil técnico, potencien sus habilidades directivas, con el objetivo de crear valor tanto en las organizaciones donde se desempeñan como en el medio donde operan.

Es así que los programas que ofrece la Facultad de Posgrados de la UDLA, incluyen espacios de reflexión, investigación, diálogo e intercambio de ideas para que los maestrantes, a través de la creatividad, innovación y excelencia, se destaquen dentro del ámbito profesional.

Una formación holística e integral, junto a la promoción de los principios éticos y morales, hacen de nuestros graduados pilares para la construcción de una sociedad más próspera y sostenible. La Facultad de Posgrados de la UDLA te da la bienvenida.


Giuseppe Marzano, PhD
Decano de Posgrados



El entorno actual de negocios demanda, de manera creciente, líderes con experiencia en las principales áreas funcionales de las empresas. Y concretamente, en el área de marketing, se ha visto cómo en los últimos años, ha existido un crecimiento importante en la generación de nuevas oportunidades de trabajo.

Es en ese contexto que la Universidad de Las Américas ha desarrollado un estructurado programa en mercadeo, con un claro enfoque en temas de vanguardia a nivel mundial. Temas de neuromarketing, business intelligence, branding, category management, así como conceptos renovados de segmentación y posicionamiento con aplicabilidad práctica en el entorno ecuatoriano, permiten a los maestrantes obtener una formación holística e integral.

Una malla académica de vanguardia, complementada con docentes de amplia trayectoria en el ámbito empresarial, además de instalaciones, tecnología de punta y la acertada coordinación de la Facultad de Posgrados, hacen de este programa una propuesta diferente en el país.

Este programa ha sido diseñado para todos aquellos que buscan superarse día a día; que no se conforman con lo que tienen, son exigentes consigo mismo y su entorno, y aspiran a especializarse en marketing: ¡sean bienvenidos!

A handwritten signature in blue ink, reading "Giovanni Bastidas". The signature is stylized and includes a small asterisk at the end.

Giovanni Bastidas, MBA
Director de la Maestría

UDLA RECIBE SELLO DE CALIDAD MUNDIAL

UDLA es la primera universidad ecuatoriana y la novena en Latinoamérica en recibir una acreditación institucional de los EE.UU.

WASC Senior College and University Commission es una de las siete acreditadoras regionales de los EE.UU., que acredita a universidades como Stanford, UCLA, USC, UC Berkeley, SDSU, entre otras.

Luego de un riguroso proceso de cinco años, **la UDLA fue acreditada por su compromiso con la calidad**, sus procesos de mejora continua, su integridad institucional y sus resultados de aprendizaje.

UDLA, UN COMPROMISO PERMANENTE CON LA CALIDAD

AMO ^{LO} QUE HAGO



Universidades
acreditadas por **WSCUC**





¿QUÉ ESPERAR DEL PROGRAMA?

El avance de la tecnología, caracterizado por la introducción de modelos interactivos de comunicación, ha incidido en el comportamiento de las personas. Factor que ha derivado en la necesidad empresarial de generar nuevos vínculos con sus públicos mediante la construcción de sólidos planes de mercadeo, diferenciados por su innovación e integración de perspectivas locales y globales. De ahí que la elaboración de estrategias de marketing que posicionen marcas de éxito, se plantee como una necesidad prioritaria en un entorno competitivo y cambiante.

En ese sentido, este programa ha sido diseñado para que sus graduados, mediante conceptos estratégicos en **Gerencia de Marca**, administren portafolios de productos a través de herramientas tecnológicas. La maestría cuenta con profesores de amplia trayectoria a nivel tanto directivo como gerencial, que facilitan la comprensión de diversas temáticas del *marketing*. Además, brinda la posibilidad de asistir a una **semana internacional intensiva** en prestigiosas universidades del mundo.

CAMPO OCUPACIONAL

Los graduados de la Maestría en Mercadotecnia con mención en Gerencia de Marca pueden desempeñarse como:

- Gerente de Marketing
- Brand Manager
- Product Manager
- Gerente de Business Intelligence
- Gerente de medios en agencias publicitarias
- Gerente en empresas de Investigación de Mercados.
- Gerente General en empresas especializadas en servicios de marketing

La sólida formación impartida a lo largo del programa, permite que posterior a su culminación, los maestrantes analicen y evalúen los conceptos, metodologías y técnicas necesarias para desarrollar estrategias de marketing integrales, al tiempo que asesoran y lideran la provisión de servicios de mercadeo y sus áreas conexas.





MODALIDAD

Modalidad: Presencial

Duración del programa: 18 meses

Horarios: Jueves y viernes en la noche, sábados en la mañana

*Los horarios de cada módulo serán notificados oportunamente a los estudiantes.

La maestría no interrumpe la jornada laboral de nuestros estudiantes.

METODOLOGÍA

Los profesores de la maestría acompañan a los participantes durante un trayecto lleno de retos y vivencias en las que todos son protagonistas de un proceso que mejora actitudes, amplía perspectivas e impulsa iniciativas. De igual manera, se asignan libros guías que facilitan la comprensión y discusión sobre temas de coyuntura que se analizan en clase.

El programa cuenta con un sistema de aula virtual que^{*} facilita la interacción entre docentes y estudiantes, a través de varios recursos tecnológicos, lo que fortalece y facilita un aprendizaje integral.

Semestre	Asignaturas
1	<ul style="list-style-type: none">- Fundamentos de Mercadeo- Proyecto DIL- Análisis Financiero e Impacto Social- Unidad de Titulación I- Segmentación de Mercado y Tipología de Clientes- Neuromercado- Posicionamiento y Desarrollo de Nuevas Marcas- Unidad de Titulación II
2	<ul style="list-style-type: none">- Políticas y Gestión de Precios- Estrategias de Comunicación y Proceso Creativo- Gerencia de Marca en Canales de Distribución, Franq.yRetails- Unidad de Titulación III- Gerencias de Marcas de Servicio- Planificación y Gestión de Medios de Comunicación- Estrategias de CRM y Mercadeo Relacional- Unidad de Titulación IV
3	<ul style="list-style-type: none">- Emprendimiento y Matriz productiva- Administración de Portafolio de Marcas- Gerencia de Marcas- Taller Unidad de Titulación V- Marcas para Mercados de Exportación- Inteligencia de Negocios- Unidad de Titulación VI- Trabajo de Titulación

Maestría en Mercadotecnia con Mención en Gerencia de Marca

DESCRIPCIÓN DE MATERIAS

Fundamentos de dirección de mercadeo

Durante el módulo, se estudian los principios básicos de dirección de una unidad de mercadeo; plan de marketing estratégico, mix de marketing, marketing tradicional y alternativo, evaluación de resultados.

Proyecto DIL -desarrollo individual de líderes

Durante el curso, se comparten destrezas en liderazgo a través de sesiones de coaching. De esta manera, los profesionales se encaminan a la realización personal y profesional, al tiempo que adquieren mayor conciencia sobre sus logros y posibilidades.

Análisis financiero e impacto social

Esta materia estudia la función de los estados e indicadores financieros; metodologías de evaluación y reportes; inversiones, adquisiciones y fusiones corporativas. Evaluación de proyectos desde una perspectiva en finanzas.

Segmentación de mercado y tipología de clientes

En este curso se establecen los principales métodos y variables de segmentación – acorde a las exigencias empresariales – que permiten identificar oportunidades de negocio. Además, se abordan diferentes aspectos de la tipología de clientes.

Neuromarketing

Durante el módulo, se identifican las principales técnicas de investigación y conducta del consumidor a partir de herramientas de neurociencias aplicadas al marketing. De esta manera, se estudian los efectos que la comunicación y la publicidad tienen en el cerebro humano, con la intención de predecir conductas y mejorar las propuestas de valor de las empresas.

Posicionamiento y desarrollo de nuevas marcas

Una marca no es suficiente. En este curso, se analiza cómo desarrollar planes estratégicos que permitan posicionar a empresas y productos en el mercado, superando a la competencia en términos de preferencia.

DESCRIPCIÓN DE MATERIAS

Políticas y gestión de precios

Definición de estrategias de precios. Esta materia aborda la gestión y manejo de estructuras, análisis competitivos y métodos de tarificación. Asimismo, contempla guías de implementación de políticas de precios en empresas de productos y servicios.

Estrategias de comunicación y proceso creativo

Claves del posicionamiento, análisis de esencia de marca y métodos para desarrollar estrategias creativas y exitosas.

Gerencia de marca en canales de distribución, franquicias y retail

Esquemas modernos de manejo de canales de distribución, estructuración de sistemas y equipos de trabajo. Este curso indaga en la creación y evaluación de franquicias locales e internacionales, al tiempo que analiza las técnicas de gestión de marketing en empresas de retail con un enfoque hacia el desarrollo y gerencia de marca.

Gerencia de marcas de servicios

Durante la materia, se abordarán conceptos relacionados con la creación de valor en empresas de servicios, herramientas de implementación, mejora y evaluación de programas de marketing de servicios.

Planificación y gestión de medios de comunicación

Planificación en medios masivos, alternativos BTL y no tradicionales. En este módulo, se estudian los indicadores claves de desempeño en una campaña publicitaria y las tendencias de optimización de pauta. Relación con los canales de comunicación.

Estrategias de CRM y mercadeo relacional

Planificación e implementación de estrategias de CRM; herramientas de medición de la satisfacción del cliente, desarrollo de estrategias de marketing relacional y de experiencias.

Emprendimiento y matriz productiva

Este curso promueve la innovación y el desarrollo de proyectos enfocados a fortalecer la competitividad productiva ecuatoriana, al tiempo que presenta técnicas de incubación de nuevas inversiones.

Administración de portafolio de marcas

Estructuración de portafolio. Categorías de productos y marcas. Línea de productos, gestión y *category management*.

Formación Avanzada

Gerencia de marca (Branding)

Tipología de marcas: marca sombrilla, submarca, marca institucional. Estrategias de gestión. Marca propia y blanca.

Marcas para mercados de exportación

En el país, existen bienes de alta calidad que no cuentan con una marca establecida. Este curso analiza la forma idónea en que se construyen y crean marcas con el objetivo de competir en mercados internacionales.

Inteligencia de Negocios (Business Intelligence)

Estrategias de negocio con amplias ventajas competitivas centradas en la interpretación de información a partir de herramientas de inteligencia de información como el Data Mining, Big Data, Marketing con base de datos, entre otros.

Talleres de la unidad de titulación

A lo largo de 6 talleres, el estudiante adquirirá las destrezas y competencias necesarias tanto para desarrollar el trabajo de titulación como realizar el examen complejo, de acuerdo a las alternativas planteadas por cada unidad de titulación.





CUERPO DOCENTE DE LA MAESTRÍA

El cuerpo docente de la Maestría en Mercadotecnia con mención en Gerencia de Marca está conformado por un equipo de profesionales de reconocido prestigio en cada especialidad del marketing.

Todos los profesores cuentan con títulos de 4to nivel - doctorados y maestrías - reconocidos por la SENESCYT.

Emprendedores de éxito son invitados para que compartan sus experiencias.

ADMISIÓN AL PROGRAMA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA CON MENCIÓN EN GERENCIA DE MARCA
Resolución: RPC-SO-25-No.311-2015

Perfil de ingreso

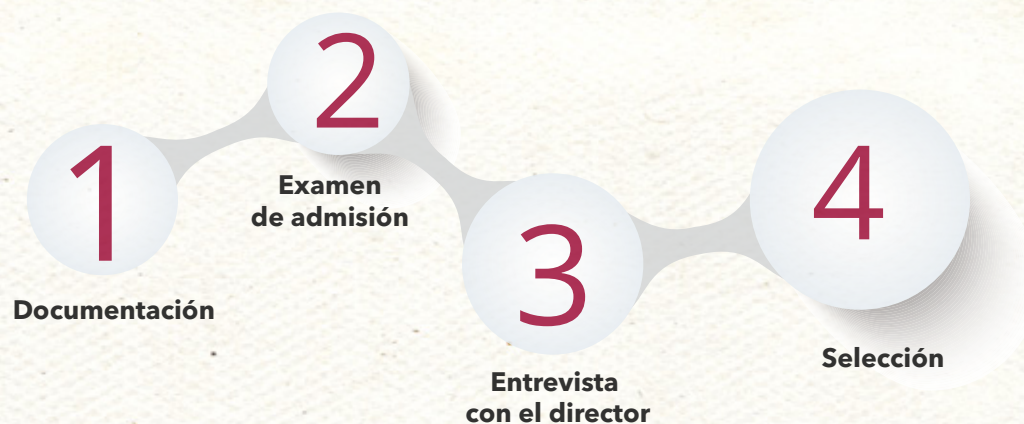
El programa está dirigido a profesionales de cualquier rama del conocimiento, que deseen ampliar sus competencias en marketing y gerencia de marca.

Los participantes deben poseer al menos 2 años de experiencia laboral, de preferencia, en áreas afines a las temáticas que se abordan en el programa.

Requisitos de ingreso

- Título profesional de tercer o cuarto nivel – de las áreas descritas - registrado en la SENESCYT y SNIESE.
- Experiencia laboral de mínimo 2 años después de haber terminado sus estudios de pregrado.
- Suficiencia en inglés.
- Prueba de admisión.
- Copia del registro académico.
- Copia de la cédula o documento de identidad.
- Hoja de vida.

Proceso de admisión





FINANCIAMIENTO

La Universidad de Las Américas ofrece distintas modalidades de financiamiento para sus programas de posgrado:

- Pago de contado: efectivo o cheque.
- Diferido hasta 48 meses sin intereses con las tarjetas Diners, Discover, Visa y MasterCard Banco Pichincha.
- Crédito Educativo del Banco Pichincha
- Crédito Educativo del Banco Bolivariano, hasta 60 meses plazo.
- Crédito Educativo del Banco del Pacífico.
- Pagos Mixtos.

POSGRADOS

udla

EL
MUNDO
NECESITA
GENTE
QUE
AME
LO
QUE
HACE

SIEMPRE HAY MÁS METAS PARA TI

POSGRADOS

udla

Única universidad en el Ecuador con
acreditación institucional en Estados Unidos

Campus UDLAPARK: Redondel del Ciclista, vía a Navión
Campus Granados: Av. Granados y Colimes, esq.
Campus Colón: Av. Colón y Av. 6 de Diciembre.
Campus Queri: José Queri y Av. Granados.
Teléf.: (02) 3981000 opción 2.
admision@udla.edu.ec