

MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA CON MENCIÓN EN ESTRATEGIA DIGITAL

**MASTER IN MARKETING,
MENTION IN DIGITAL
STRATEGIES**

POSGRADOS

udla

Única universidad en el Ecuador con
acreditación institucional en Estados Unidos

SIEMPRE
HAY MAS
METAS
PARA TI

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.

Siempre hay más

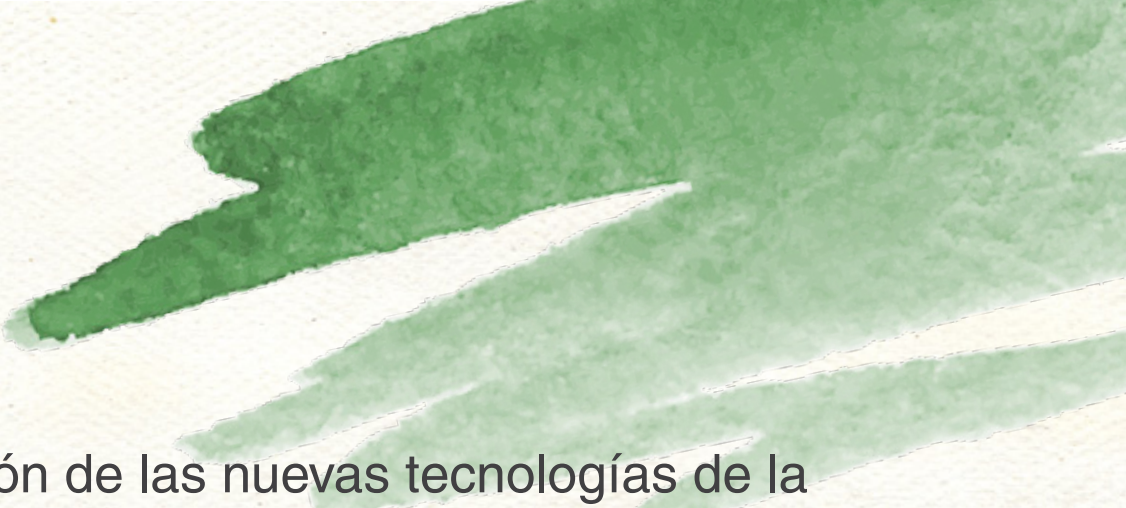
POSGRADOS



Única universidad en el Ecuador con
acreditación institucional en Estados Unidos



**¿Por qué
estudiar la
Maestría en
Mercadotecnia
con mención
en Estrategia
Digital?**



La irrupción de las nuevas tecnologías de la información y comunicación junto a un contexto altamente competitivo e interconectado, demandan de expertos capaces de implementar estrategias de mercadeo con éxito. En ese sentido, este programa otorga las habilidades y destrezas necesarias para que los maestrantes, desarrollen de forma eficiente campañas, planes y acciones de marketing digital.

El marketing es una de las áreas del conocimiento que exige una formación continua y de vanguardia. Por ello, la Maestría en **Mercadotecnia con mención en Estrategia Digital** responde a los constantes requerimientos del entorno empresarial, a través de la formación de profesionales capaces de contribuir al desarrollo de negocios virtuales.

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



La transformación digital acelera las decisiones y nos invita a innovar e incrementar nuestra competitividad y eficiencia. Por lo tanto, es compromiso de todos involucrarnos y reinventar la productividad empresarial de forma inteligente, desde una perspectiva de mercadeo que sea relevante para nuestros actuales y futuros clientes.

Independiente que se trate de un producto o servicio, en la actualidad, no podemos ignorar el poder del marketing digital. Estamos viviendo una era del conocimiento en la cual, empresas y clientes han volcado su interés por el uso de herramientas virtuales para comunicarse entre sí, optimizando sus posibilidades de hacer negocio (en el caso de las empresas) y, de esta manera, maximizar su experiencia en usuarios, consumidores y clientes.

Implementar campañas de marketing digital en una organización, exige ir más allá de la creación de activos y redes sociales. En ese sentido, resulta necesario incorporar soluciones de negocio que tengan en cuenta al recurso humano como factor determinante para aprovechar las herramientas en su máximo potencial. Es por ello, que la Universidad de Las Américas ha desarrollado un innovador

programa de Maestría en Mercadotecnia con énfasis en Estrategia Digital.

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 digital.

Sean bienvenidos a este programa que sin duda marcará un hito en su carrera profesional.

A handwritten signature in blue ink that reads "Giovanni Bastidas".

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?

La Maestría en Mercadotecnia con mención en Estrategia Digital otorga los conocimientos y destrezas necesarias para que sus graduados estén en la facultad de liderar negocios virtuales al tiempo que establecen sólidos modelos de fijación de precios y robustas estrategias de comunicación y mercadeo móvil. Conocimientos en segmentación de mercados, comercio electrónico, redes sociales y demás herramientas de vanguardia, completan una formación integral que articula la enseñanza académica con la aplicación práctica, con el objetivo de fortalecer el perfil de nuestros maestrantes.

El modelo de aprendizaje de la maestría articula el estudio de casos reales, la investigación y el análisis.

CAMPO OCUPACIONAL

Los graduados de la Maestría en Mercadotecnia con mención en Estrategia Digital estarán en la capacidad de:

- Establecer estrategias de negocios digitales y de mercadotecnia 2.0
- Brindar asesoría a las empresas para incursionar virtualmente en los mercados, sea con sus propios proyectos de e-commerce o vía plataformas virtuales posicionadas.
- Determinar modelos de fijación de precios y promociones de productos o servicios que se comercializan desde páginas web.
- Establecer estrategias digitales y de mercadeo móvil.

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 negocios electrónicos, de publicidad y manejo de medios digitales, al tiempo que utilizan las herramientas de mercadeo en *social media* o *display network* para el crecimiento de sus organizaciones.





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 Dirección de Mercadeo- Análisis del Entorno para la Toma de Decisiones- Proyecto DIL Desarrollo Individual de Líderes- Taller de Titulación I- Técnicas Cuantitativas- Análisis Financiero e Impacto Social- Segmentación de Mercado y Tipología de Clientes- Taller de Titulación II
2	<ul style="list-style-type: none">- Mercadeo Estratégico y Tópicos de la Conducta del Consumidor- Políticas y Gestión de Precios- Estrategias de Comunicación y Proceso Creativo- Taller de Titulación III- Estrategias de Canales de Distribución, Franquicias y Retail- Gerencia de Mercadeo de Servicios- Planificación y Gestión de Medios de Comunicación- Taller de Titulación IV
3	<ul style="list-style-type: none">- Estrategias de CRM y Mercadeo Relacional- Emprendimiento y Matriz Productiva- Mercadeo Digital Vs Desarrollo del Mercado Interno Ecuatoriano- Taller de Titulación V- Negocios Virtuales- Mercadeo Móvil- Taller de Titulación VI

Maestría en Mercadotecnia con Mención en Estrategia Digital

DESCRIPCIÓN DE MATERIAS

Fundamentos 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. Principios básicos para la comprensión futura de una estrategia digital.

Segmentación de mercado y tipología de clientes

En este curso, se establecen los principales métodos y variables de segmentación, como pilares estratégicos del marketing.

Mercadeo estratégico y tópicos de la conducta del consumidor

Esta materia estudia las técnicas de investigación para conocer los diversos aspectos de conducta del consumidor y su relación con las marcas al momento de realizar una búsqueda activa de productos. Comportamientos de compra en un portal de e-commerce y su relacionamiento en redes sociales corporativas.

Políticas y gestión de precios

La definición de la estrategia de precios es clave en un proyecto digital: análisis competitivo y métodos de tarificación.

Estrategias de comunicación y proceso creativo

Claves del posicionamiento, análisis de esencia de marca y métodos para desarrollar estrategias creativas, aplicables a proyectos web.

Estrategias de distribución, franquicias y retail

Una página web empresarial puede constituirse en un canal de distribución de productos o servicios. Este curso aborda las diferentes formas de creación de un ecosistema digital que permita diseñar estrategias de distribución y comunicación por medio de puntos de venta virtuales.

Gerencia de mercadeo de servicios

La presencia de una marca en el mundo digital debe ser considerada como un servicio para sus usuarios, clientes y consumidores. 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.

DESCRIPCIÓN DE MATERIAS

Planificación y gestión de medios de comunicación

El marketing digital usa ampliamente medios digitales los cuales están revolucionando las decisiones de inversión de las marcas. Por ello, es necesario identificar con fundamento técnico los indicadores (CTR, CPC, tasa de conversión, entre otros), de un plan de medios digitales.

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. Conceptos necesarios para su posterior aplicación de una estrategia de e-CRM.

Emprendimiento y matriz productiva

Este curso promueve la innovación y el desarrollo de proyectos enfocados a facilitar el desarrollo de emprendimientos digitales y de incubación de nuevas inversiones -crowdfunding-.

Análisis del entorno para la toma de decisiones

En esta materia se analizan, desde un punto de vista económico, social y ambiental, aquellas variables que hacen que un país sea exitoso y cómo esto influye en la evolución de las empresas y el ciclo de negocio. Además, se repasan los elementos centrales para entender el flujo circular de la economía, en sus aspectos macro y microeconómicos.

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.

Técnicas cuantitativas

Esta asignatura estudia el valor del dinero en el tiempo, probabilidades, distribuciones, estadística, estimaciones, prueba de hipótesis, correlaciones y regresiones, análisis de series temporales y simulaciones.

Análisis financiero e impacto social

Análisis de estados financieros y de deuda; reportes, activos e inventario, inversiones intercorporativas, operaciones globales, ratios financieros.

FORMACIÓN AVANZADA

Mercadeo digital vs desarrollo del mercado interno ecuatoriano

En esta materia se integran los conceptos de mercadeo y estrategia digital vistos anteriormente, con el objetivo de desarrollar un proyecto digital. Incursión en mercados virtuales: “de los bricks a los clicks”.

Negocios virtuales (e-commerce)

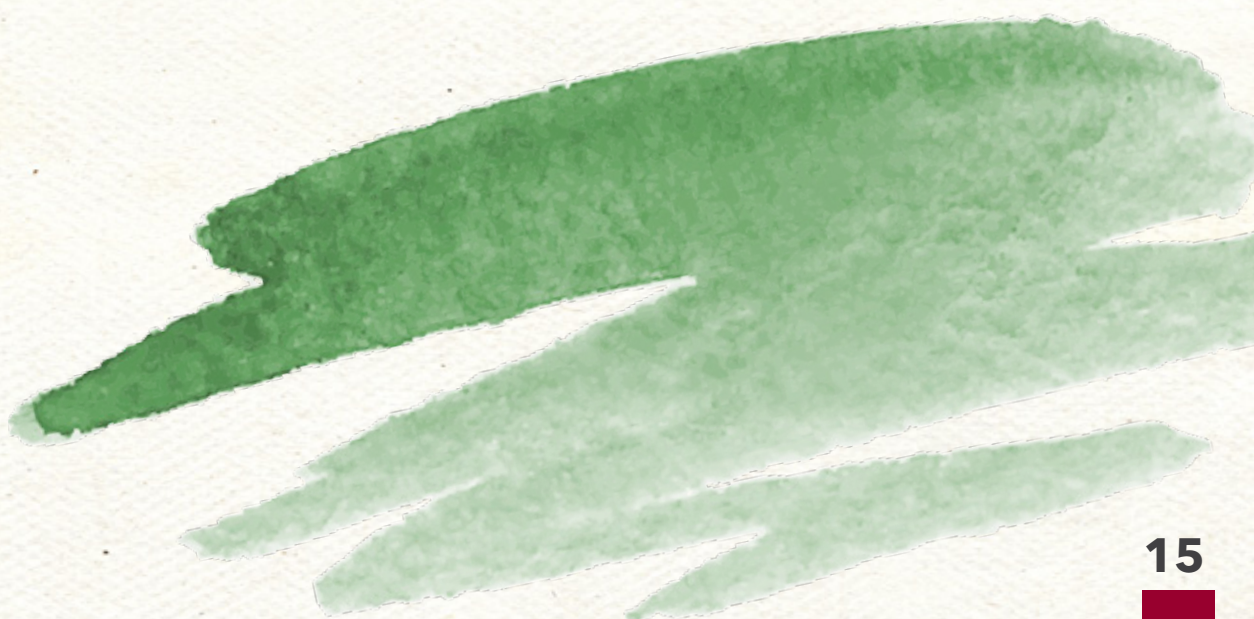
El modulo analiza la tipología de los negocios virtuales y la forma de ampliar mercados a través del desarrollo de e-commerce y las ventajas o desventajas de un botón de pago, carro de compra y otros desarrollos transaccionales.

Mercadeo móvil (mobile marketing)

Estrategias a desarrollar desde un dispositivo móvil: aplicaciones móviles y páginas desarrolladas en formato autoadaptable (responsive) o Wap.

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 Estrategia Digital está conformado por un equipo de profesionales de reconocido prestigio en cada especialidad del marketing digital

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 ESTRATEGIA DIGITAL
Resolución: RPC-SO-36-No.469-2015 de 07-10-15

Perfil de ingreso

El programa está dirigido a profesionales de cualquier rama del conocimiento, que deseen desarrollar campañas exitosas en marketing de digital.

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.
- Elaboración de un ensayo descriptivo de acuerdo a la temática y políticas de la dirección de la maestría.
- Suficiencia en inglés.
- Prueba de admisión.
- 3 cartas de recomendación.
- Copia del registro académico.
- Copia de la cédula o documento de identidad.
- Hoja de vida.
- Entrevista con el director del programa.



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



• Categoría B

Campus UDLAPARK: Redondel del Ciclista, vía a Nayón.

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.

admission@udla.edu.ec